中共外宣在台灣 CCP Propaganda In Taiwan



April 2025



自由亞洲電台
亞洲事實查核實驗室
Asia Fact Check Lab, Radio Free Asia



目錄

1 序篇:福建網絡 2

2 在基層的中共外宣:一則假民調如何攻上政治要聞? 8

3 地方媒體的中共外宣:老牌本土媒體如何澆灌出親中敘事? 22

4 主流媒體的中共外宣(之一):中國市場的滋味 38

5 主流媒體的中共外宣(之二):對台統戰節目,Made In Taiwan? 48

6 網路原生/轉生的中共外宣:政治網紅和他的朋友圈 62

7 台積電「移美論」— 一則個案分析 70

8 入島、入戶,入TikTok 87

9 管不管網路,那是個問題 97

作者:莊敬、董喆、艾倫

編採協力:鄭崇生、林濤、艾瑪

專案統籌、編輯:李志德

整體設計:邱采榆

特別致謝:

外部專家黃維玲、獨立記者與研究員陳慧敏

台灣民主實驗室分析師 Jerry Yu、

研究員Eric Hsu接受訪問及分享研究心得





Asia Fact Check Lab, RFA



序篇｜福建網絡

「福建網絡」這個稱呼，並不來自於任何學院的研究或智庫的報告，而是我們這個團隊，亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）從日常的採訪和查核成果中，點滴累積所啟發的概念。

它可以從兩起案件談起：

2022 年 1 月 3 日下午 3 時 3 分，中華統一促進黨中央黨員、電台主持人張孟崇與妻子洪文婷收到來自「福建省廣播影視集團」卓姓記者的來訊：「今天罵林昶佐」。下午 5 時 20 分，張孟崇將福建捎來的腳本一字不漏的演繹出來，順利報領「工作」費用。

嘉義地檢署調查，張孟崇夫婦在 2020 至 2023 年間依照「福建省廣播影視集團」提供的腳本，錄製與四大公投案以及林昶佐罷免案的視頻，並收取工資。兩人遭依《反滲透法》起訴，這已是近年第 2 起有中國媒體集團涉入的《反滲透法》案件。

另一起案件發生在 2024 年台灣總統大選前夕，AFCL 揭露一則由中國介入的造假民調報導，主嫌《指傳媒》記者林献元涉嫌接受「福建日報報業集團」旗下《海峽導報》員工林靖東指示，捏造不實民調企圖影響選舉亦遭依《反滲透法》起訴。

截至 2025 年 4 月，兩起案件的訴訟仍在進行中。但無需爭辯的事實是，它們都是中國媒體從業人員直接伸手掌控台灣媒體的內容，這些「下指導棋」的中國媒體工作者，都隸屬於福建省的媒體集團。

事實上，AFCL 從 2023 年年底起開始有系統地調查流傳在台灣的中共外宣和多起違反《反滲透法》的個案。從基層、地方媒體、主流媒體，再到網際網路和 APP。我們不斷發現這些政治宣傳，不分平面、網絡或影音，向上都能追溯到位於福建的媒體集團。

因此，我們將這兩大集團組成的統戰網絡定義為「福建網絡」，包括「福建廣播影視集團」以及「福建日報報業集團」。概略區分，前者負責傳統平面和網絡文字媒體；後者對接電視、廣播和影音平台，至於社交媒體、自媒體產品，則是兩大集團都致力開發的領域。

儘管我們不可能藉著少數案件就勾勒出中共藉由媒體滲透台灣的完整圖譜，但一些中共公開的文件，也能夠理解福建如何承擔對台工作的「重責」。

福建網絡如何擔起對台工作的重責

福建與台灣一海之隔，是中國最接近台灣的省份，再加上語言、血緣相同。因此由福建擔負對台灣統戰的主要工作，實屬合理。

在政策指示上，中國國家主席習近平曾在福建任官 17 年，2019 年他在全國人大會議期間指出「努力把福建建成台胞台企登陸的第一家園」。2021 年，中國人大、政協兩會通過《十四五規劃》，習再次提到要支援福建探索海峽兩岸融合發展新路。中國國務院對兩岸融合發展示範區的意見書直接宣示了：「福建在對台中做全局中具有獨特地位和作用」。

「落實到具體人事任命與收入來源，可以看到例如在「福建廣播影視集團」的預算說明中，省財政廳明確指出總體目標：「補助廣電對台欄目製作播出，加強對台宣傳力度」。而具體承擔宣傳工作的，就是省內的「福建日報報業」和「福建廣播影視」兩大集團。

福建媒體在對台工作上擔負特殊使命。網路截圖

《海峽導報》成為福建報業對台矛頭

「福建日報報業集團」主要負責台灣宣傳工作的有《海峽導報》和《海峽都市報》兩份報紙，其中又以《海峽導報》最為重要。

《海峽導報》是《福建日報》報業集團旗下媒體，《福建日報》社隸屬中共福建省委，持有《海峽導報》百分之百的股份。《海峽導報》1991 年在廈門創刊，標榜全中國唯一以對台宣傳為主的市民生活報，自許「立足廈門、輻射台灣」。

《海峽導報》經營「台海網」和「海峽導報」等影音平台，發布的內容，大量剪輯中天、中視、TVBS 等台灣媒體政論節目評論員畫面，搭配新聞時事製作成新聞帶，當中不乏錯假資訊。

2024两岸企业家峰会年会在厦门召开，王沪宁致信祝贺
2966次播放 · 2天前

借鉴台湾经验推进现代服务业合作，大陆企业家点赞“厦门担当”
1.1万次播放 · 2天前

全国台企联吴家莹：台商应该去思考如何搭上大陆的新发展格局
1151次播放 · 2天前

预测黄珊珊即将复权，历史哥：她早就在民众党内培植个人势力
1.3万次播放 · 2天前

雷倩开箱秀Mate70pro：华为展现不再被卡脖子的强大实力
1.4万次播放 · 2天前

赵少康回归感慨：岛内受病痛缠身的人很多，民进党不应该剥...
6811次播放 · 2天前

民进党当局为何针对马龙？介文汲揭秘：台湾年轻人很喜欢
2万次播放 · 2天前

蔡正元：福建舰航母电磁弹射很成功，水平已经超过美国了
4.3万次播放 · 2天前

王义川上任民代紧盯黄国昌？黄国昌回应：我很忙，不晓得他...
1万次播放 · 2天前

赖岳谦揭民进党发动大罢免潮险恶用心，痛批：输不起，丢人！
3.4万次播放 · 3天前

沈伯洋担任民代是因赖清德赏识？历史哥讽：两个脑袋空空...
1.2万次播放 · 3天前

台金融犯罪调查师疑似遭灭口，蓝营议员叹：以后谁还敢揭露...
1.3万次播放 · 3天前

福建網絡旗下媒體大量剪輯台灣評論員言論，以新媒體平台發送。網路截圖

AFCL 過去也曾二度發布查核報告：2023 年 10 月，台灣名嘴介文汲在中天政論節目《秀芳辣晚報》中宣稱日本福島核電站日工人接觸到核污染水後送醫情況危急；2024 年 1 月，台灣前台北縣長周錫瑋同樣在中天政論節目中表示台灣從美國買 F-16 戰機是「冤大頭」。兩者都被證實是錯誤資訊，但已被海峽導報搬運，作為疑美、疑日的素材。

根據台灣資訊環境研究中心（IORG）於 2023 年所做的調查，最常引用台灣名嘴的中共官媒抖音頻道前 3 名依序為「台海網」（44.97%）、「海峽導報」（31.26%）、「中國台灣網」（7.69%）。前兩名都隸屬「福建日報報業集團」。

除了媒體本業，2023 年《海峽導報》又成立兩岸第一個「融合發展青創空間」，宣稱目標是要兩岸青年「多往來、多交心」。

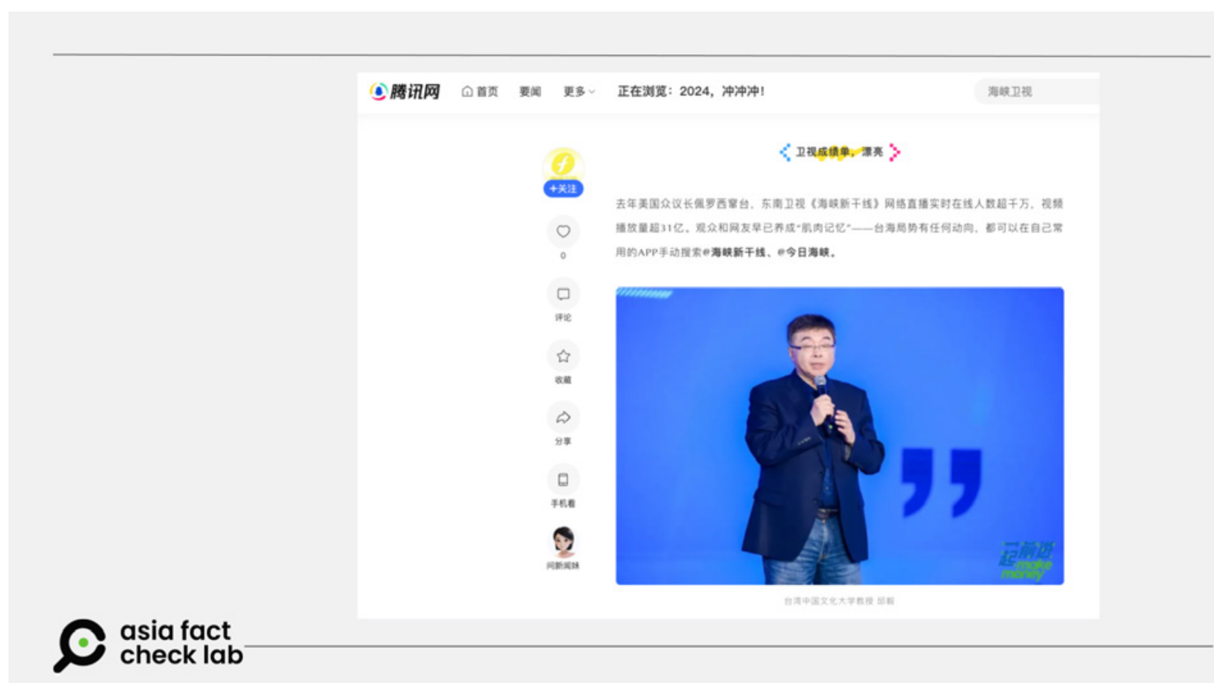
廣播影視集團，頂起「福建網絡」半邊天

「福建廣播影視集團」則是在 2004 年掛牌成立，它整合了福建原本多家傳統媒體，業務涵蓋廣播、電視、新媒體與影視廣告製作，為中國福建省人民政府的公共企事業單位，董事長

兼黨組書記曾祥輝由福建省人民政府任命，預算由政府撥付，但也要做商業營運，創造收入。集團中參與對台宣傳的包括「AM585 東南廣播」、「東南衛視」和「海峽衛視」。

為了推廣、營運，「福建廣播影視集團」每年會舉行「廣告資源推薦會」，它是一種推廣介紹的大會或活動，目的在幫助企業、政府宣揚自身特色，以促進交流。白話來說，「福建廣播影視集團」的這場推薦會，是前一年度的成果發表會，亦是下一年度戰略目標的宣示。根據 2024 推薦會的新聞稿，影視集團的 2024 年度目標就是打造「台海資訊矩陣」，其中由海峽衛視製播的《寶島，報到！》正是矩陣的一環。我們將在之後的篇章裡，揭露海峽衛視製播《寶島，報到！》時，與台灣中天電視台的合作關係。

AFCL 也發現，在 2024 的推薦會上，台灣前任立委邱毅現身當場，一同慶賀旗下衛視集團「繳出一張漂亮成績單」。邱毅參與的節目包含《海峽新幹線》、《兩岸 U 觀察》，是長期與「福建廣播影視集團」合作的台籍評論員。



台灣前任立委邱毅現身福建廣播影視集團的「廣告資源推薦會」。網路截圖

除了媒體本業，在 2024 年的海峽論壇上，海峽衛視更以「反獨促融 旗艦戰隊」自稱，而「福建廣播影視集團」更是海峽論壇背後的主要承辦單位。

融媒體，統戰新戰場

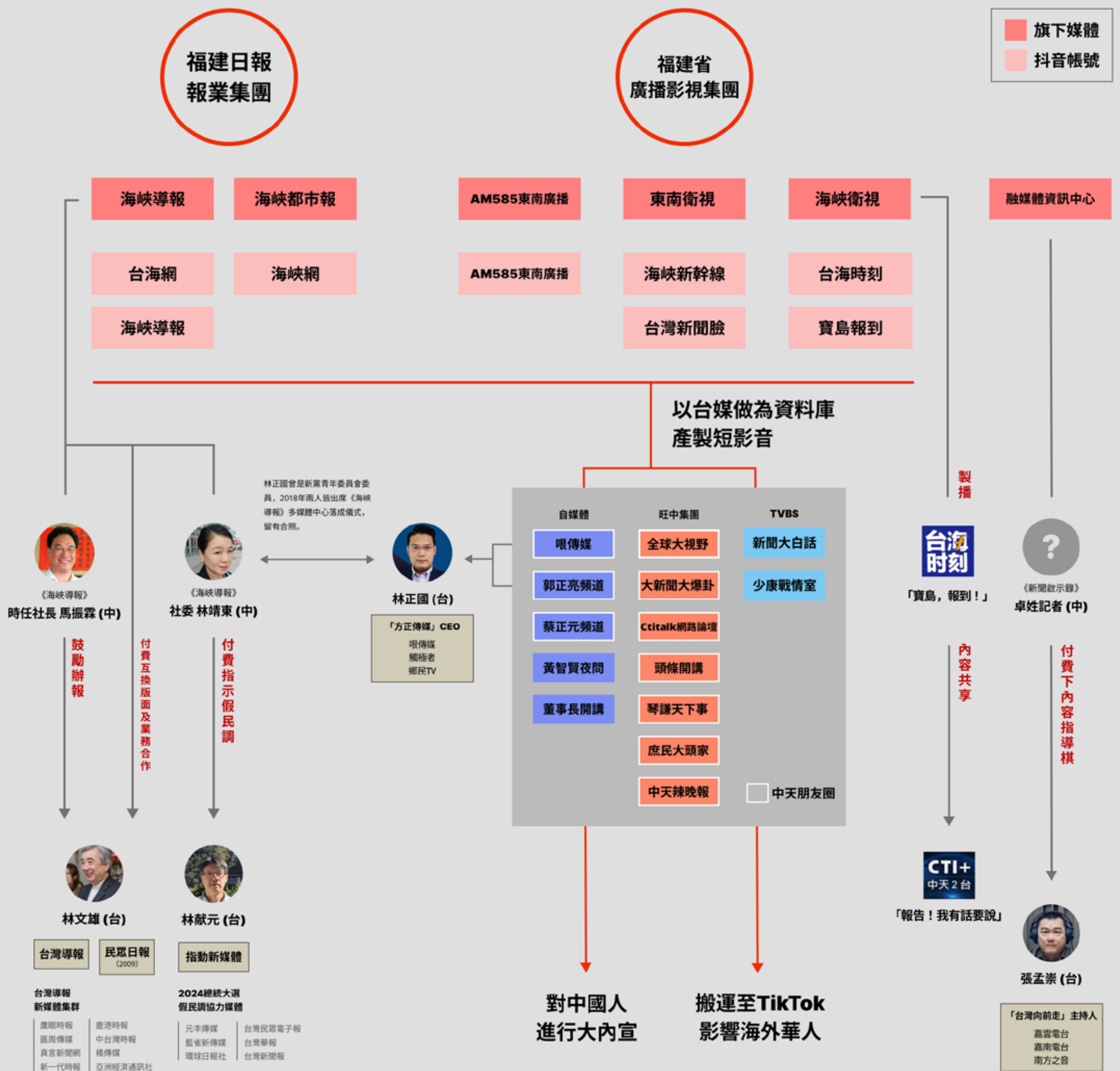
福建省廣播影視集團旗下的兩大衛視——「東南衛視」與「海峽衛視」被稱作對台傳播的兩張王牌，2020 年合併為「衛視中心」，以呼應中國國家主席習近平 2019 年第 12 次集體學習的主題「加快推動媒體融合發展，構建全媒體傳播格局」。

不管是不是出於習近平的「指導」，融媒體都是傳統媒體集團發展的方向。兩家衛視至少操作四個抖音帳號：《海峽新幹線》、《台灣新聞臉》、《台海時刻》和《寶島報到》。東南衛視主打《海峽新幹線》，海峽衛視則以《今日海峽》聞名，兩者的節目內容在中國佔舉足輕重角色，根據 2020 年中國流媒體網統計，此二節目擁有超過 2800 萬的頭條粉絲數以及超過 4 億的點讚量，被稱作「台海資訊頭部號」，穩坐台海抖音號前兩名。

「去（2022）年美國眾議長佩洛西竄台，東南衛視《海峽新幹線》網絡直播實時在線人數超千萬，視頻播放量超 31 億。觀眾和網友早已養成『肌肉記憶』——台海局勢有任何動向，都可以在自己常用的 APP 手動搜索 @ 海峽新幹線、@ 今日海峽。」海峽衛視騰訊號下了此註解，一語道破「兩個衛視」對台傳播的重要影響力。

回顧本文的介紹，可以發現由兩大媒體集團組成的「福建網絡」擁有全品項的媒體平台：從傳統的報紙、電視、廣播，到網路電視台、社交媒體帳號。他們製播對台宣傳節目時，有時自行創作，但更多時候是藉台灣人的嘴批評台灣，甚或直接引用、改製台灣媒體的作品，再藉著無國界的網際網路將它投放到台灣和華文世界。

「福建網路」的影響如後頁圖示。本篇報告接下來將仔細分析、探索「福建網絡」的每一部分，以及部分台灣的協力者如何與之合作。


中國「福建網絡」如何滲透台灣？
旗下媒體
抖音帳號
福建日報
報業集團
福建省
廣播影視集團
海峽導報
海峽都市報
AM585東南廣播
東南衛視
海峽衛視
融媒體資訊中心
台海網
海峽網
AM585東南廣播
海峽新幹線
台海時刻
海峽導報
台灣新聞臉
寶島報到
以台媒做為資料庫
產製短影音
製播
林正國曾是新黨青年委員會委員，2018年兩人皆出席《海峽導報》多媒體中心落成儀式，留有合照。
《海峽導報》
時任社長 馬振霖 (中)
《海峽導報》
社委 林靖東 (中)
林正國 (台)
「方正傳媒」CEO
哏傳媒
觸極者
鄉民TV
自媒體
旺中集團
TVBS
哏傳媒
全球大視野
新聞大白話
郭正亮頻道
大新聞大爆卦
少康戰情室
蔡正元頻道
Ctitalk網路論壇
黃智賢夜問
頭條開講
董事長開講
琴謙天下事
庶民大頭家
中天辣晚報
中天朋友圈
台海
时刻
「寶島，報到！」
《新聞啟示錄》
卓姓記者 (中)
鼓勵辦報
付費互換版面及業務合作
付費指示假民調
內容共享
付費下內容指導棋
林文雄 (台)
林献元 (台)
台灣導報
民眾日報
(2009)
指動新媒體
台灣導報
新媒體集群
鷹眼時報
匯周傳媒
真言新聞網
新一代時報
鹿港時報
中台灣時報
橘傳媒
亞洲經濟通訊社
2024總統大選
假民調協力媒體
元丰傳媒
藍雀新傳媒
環球日報社
台灣民眾電子報
台灣華報
台灣新聞報
對中國人
進行大內宣
搬運至TikTok
影響海外華人
CTI+
中天2台
「報告！我有話要說」
張孟崇 (台)
「台灣向前走」主持人
嘉雲電台
嘉南電台
南方之音
本圖表依照起訴書及採訪所得繪製
製表時間：2025/4/18
asia fact check lab

2 在基層的中共外宣｜一則假民調如何攻上政治要聞？

2023 年 12 月 6 日，一則台灣總統大選民意調查結果在網路上傳開：國民黨正副總統候選人侯友宜、趙少康「首次超車」民進黨對手。

這份民調由《指傳媒》、《元手傳媒》等幾家以往鮮為人知的網路媒體率先發表，被預測網站收錄後牽動多家主流媒體網路版跟進，也登上門戶網站「Yahoo 奇摩新聞」，更一度在網路社區 PTT（批踢踢實業坊）八卦版「爆紅」。

投票日前 40 天候選人預估排名突然反轉，而且還發生在國民黨與民眾黨整合失敗後一天。這引發了亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）團隊的好奇。再加上這份「民調」發布時並沒有交代抽樣方法、樣本數和誤差值等調查方法和數據。這使我們決定著手採訪，希望了解這份民調究竟如何製作。

AFCL 在 2023 年 12 月 22 日發表了〈指傳媒案調查報導：「謎之總統大選民調」與他們的產〉，結論是這份民調的調查方式極不專業，是一次不實信息的操作。

報導刊出時，距離 2024 年台灣總統大選投票日只剩 21 天。

就在報導刊出的同一天，台中地檢署發布了新聞稿，指控執行民調的《指傳媒》記者林献元和退休教授蘇雲華涉嫌接受「中共福建省委員會」官員指示和資助。

檢察官在 2024 年 2 月 提起公訴，認定林献元和蘇雲華涉嫌犯下兩條罪行：

一、《總統副總統選舉罷免法》：意圖使特定候選人當選或不當選，以文字、圖畫傳播不實事項。

二、《反滲透法》第 7 條：受滲透來源之指示、委託或資助，而犯總統副總統選舉罷免法第五章 ...... 之罪者，加重其刑至二分之一。

檢察官引用《反滲透法》中所稱的「滲透來源之指示、委託、資助」，指的是來自福建《海峽導報》人員匯入的金錢。而牽涉本案的中國官員，上達北京國台辦。

「因為今年比較刺激。」

「《指傳媒》民調案」的調查採訪從 2023 年 12 月 6 日進行到 20 日，當時全案還未見起訴。我們首先訪問了最初報導這份民調的《指傳媒》的記者林献元，他同時也是民調執行者。對於製作、發布這份民調的動機，他回答：「因為今（編按：應為 2024 年）年比較刺激。」

林献元進一步解釋，「總統大選特別攸關中華民國的命運，影響兩岸的未來走向」，因此他請曾在靜宜大學教過他的蘇雲華教授幫忙，而蘇教授也認同他的想法。

蘇雲華是這項調查的署名專家。他對 AFCL 說，「他（林献元）是我學生，我是免費幫他做這份民意調查。」蘇雲華受訪時表示不方便提供民調完整資料，但仍做了些說明：這份民調只有簡單的四個問題，分別為受訪者年齡、支持的候選人、選前是否會因各種因素改變選擇、受訪者親朋好友的支持者。

調查方法則是在台灣北、中、南台鐵火車站各抽一站，在該站周邊面訪 300 人，總計共 900 個樣本，「我是全台灣第一個這樣做的。」蘇雲華如此補充。

對於蘇雲華的民調法，AFCL 訪問了民調專家戴立安，他的反應是：「天呀！還有這種做法？」政治大學選舉研究中心研究員蕭怡靖則含蓄地說，這樣的做法和一般的科學民調「滿不一樣的」。

儘管專家已經認證這份民調毫不專業，但根據台中地檢署的調查，事實上，連這樣「毫不專業」的過程都沒有。

起訴書指出，林献元在 2023 年 4 月 20 日至 23 日，受中國共產黨福建省委員會直屬報社《海峽導報》社委林靖東邀約赴廈門旅遊，林献元並邀約蘇雲華共同前往。林献元返台後，為便於日後以網路媒體公司名義在台發布民調結果以取信中共官媒，於 2023 年 4 月間著手成立「指動新媒體傳播有限公司」，並創立網路新聞平台「元手傳媒」。

林献元於 2023 年 10 月初，以「指動新公司」的名義，以每波民調 15 萬元新台幣，也就是 10 波共 150 萬元的價格，委託蘇雲華進行「2024 年中華民國總統大選民意調查」。雙方通謀虛偽簽立一份民調合作書，稱「本合作案係無償進行」，兩人並簽立不實的 150 萬借據，佯稱林献元曾向蘇雲華借款 150 萬，林這次則是「還款」給蘇。

蘇雲華在各地火車站以隨機拍照、攀談方式假裝他其有實際製作了民調，林献元接續傳播不實民調，自行或透過不知情的友人分別發佈在《元手傳媒》、《指傳媒》、《藍雀新傳媒》等網站，誤導選民對於選情的判斷。

起訴書指出，蘇雲華在製作民調期間，曾透過通訊軟體向林献元詢問「紅色網媒案」，並表達要「思考未來合作與否」，林献元則回以「老師，有發生什麼事情嗎？能否把剩下的做完，有始有終，才能請款？」

蘇雲華詢問的「紅色網媒案」，是指 2019 年被台灣國安單位認定為中共協力者的 23 家台灣網路媒體，林献元擔任「大陸中心主任」的《指傳媒》也名列其中。

林献元安撫了蘇雲華對「紅色網媒」的疑慮，但他並沒有每次都依照蘇雲華交付的民調結果公佈，他曾自行調升「侯康配」的支持度，調整幅度 1 至 2 個百分點。

「第一次調是我自己想的，因為差距比較大，第二、三次是林靖東拜託我的，我受到大陸媒體同業林靖東請托，基於人情壓力，所以更改、調整民調結果……因為林靖東他們也都是支持侯康，希望我能幫這個忙。」林献元向檢方供稱。

對價關係？

起訴書羅列了本案在中國方面的多位關係人：

陳斌華，中國國台辦新聞局長及發言人
王嘉楠，福建省人民辦的員工
王煒，《海峽導報》編委
許巧娜，原擔任《海峽導報》台海新聞中心記者，當時已經離職，和王煒在廈門合夥開設「黑潮兩岸（廈門）文化創意有限公司」。

這些在中國的關係人和林献元有以下互動：

王煒、許巧娜曾分別轉帳匯款到林献元指定的中國帳戶，其中有些轉帳的時間點有所巧合，像是林献元在 2023 年 12 月 3 日發布「侯康配首次超車」的民調數據新聞後，許巧娜於 12 月 4 日轉帳人民幣一萬元至林的廈門銀行帳戶。

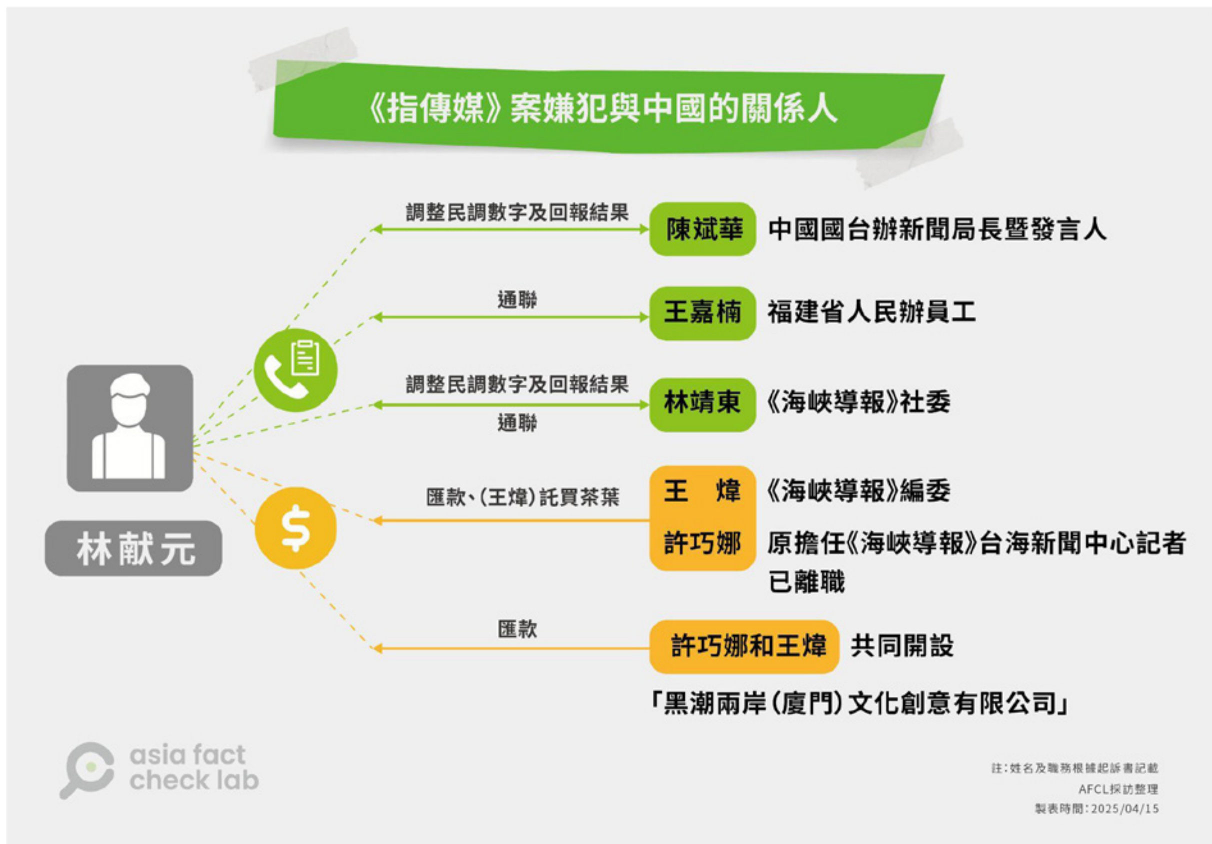
林献元於 2023 年 12 月 9 日把不實民調結果，以通訊軟體微信傳送給陳斌華，陳表示：「收到」。 12 月 10 日，林靖東以微信帳號撥款人民幣 2 千元到林献元微信帳戶。

12 月 11 日，林献元再度發佈民調新聞後，把網站連結傳給林靖東，林靖東表示：「收到」。

12 月 13 日，林献元告知林靖東預計作第 9 波、第 10 波民調出爐的時間，並向林靖東稱「到時候數據出來，你再自己調整給我」，林靖東回以「OK」。 12 月 16 日，許巧娜轉帳人民幣 5 千元至林献元廈門銀行帳戶。

12 月 19 日，林献元分別傳送民調數據給林靖東和王煒，並且與兩人通話。期間，林靖東曾傳送「+3」的訊息給林献元。在多次微信通話討論後，林献元向林靖東傳送「侯康加 2 點」，以及更改資料後的文字檔案。林靖東傳送「辛苦了」，林献元傳送「明天可以發出嗎？」，林靖東回以「抓緊」(按：意指把握時間)，林献元並於 12 月 20 日發布經過調整後的民調結果。

AFCL 將前述所有關係整理如下：



檢方調查後認定，林獻元收受款項共計人民幣 13 萬餘元。但林獻元主張，這些錢是受王煒之託購買茶壺的費用，並提出購買茶壺資料為憑。檢方則主張，扣除購買茶壺費用，其餘是林獻元為中方寫稿發布新聞的報酬，但林獻元否認。

檢察官引用《反滲透法》，一審失利

2024 年 8 月 30 日上午 9 時 28 分，台中地方法院第 19 法庭宣判「113 選訴字第 1 號」案件，被告林獻元未出庭聆聽判決，蘇雲華則由親屬陪同出庭。結束後，蘇雲華快步離去。面對記者包圍、追問，他只回了一句：「我一塊錢都沒拿。」

林獻元依違反《公司法》和《選罷法》，判處有期徒刑 8 個月、褫奪公權 2 年，蘇雲華依違反選罷法判處有期徒刑 4 個月、褫奪公權 1 年，均得易科罰金（即可以繳納金錢代替被告被判處的有期徒刑）。

至於兩人被控《反滲透法》部分，一審法官認為不成立。

根據檢方提出的證據，台中地院一審法官認為它最多只能證明林獻元從事兩岸新聞工作，並結交部分中國友人或媒體同業，「尚難認為被告 2 人就本案傳播不實之事，主觀上具有直接對價之營利意圖」。法院並認為，檢方主張蘇雲華與「指動新公司」訂立的總統大選民調合作書和借據都虛偽不實，卻又以這項證據證明 2 人有 150 萬元製作民調費用的約定，「容有過度臆測之嫌，尚難採憑」。

《反滲透法》對於「滲透來源」的定義是：「境外敵對勢力之政黨對台工作機關派遣之人、境外敵對勢力各組織、機構、團體所設立或實質控制之人或派遣之人。」

接下來的問題就在於：林靖東是否符合「滲透來源」的定義？以及被告 2 人是否知道林靖東為「滲透來源」？

根據判決書，「公訴意旨認定林靖東為『滲透來源』，無非以林靖東任職之報社《海峽導報》係福建日報社報業集團下屬機構，福建日報報業集團又係中共福建省委會直屬正廳級事業單位，為其主要論據。」

但法官懷疑林獻元等被告，甚至一般人，究竟能不能懂得這麼曲折的關係：林靖東屬於《海峽導報》，《海峽導報》屬於福建日報社報業集團，而集團又屬於中共福建省委。因為中共福建省委為滲透來源，因此林靖東也是。

法官同時引述學者研究指出，相較於《人民日報》以政治議題為重，《海峽導報》著重兩岸民間交流，淡化傳統《人民日報》使用的「遏獨促統」與「一中論述」報導架構。而林靖東曾數度到台灣駐點，與從事兩岸新聞採訪工作者有一定聯繫。因此一審法官認為林獻元辯稱自己不知道林靖東為「滲透來源」，並非全然不可採信。

另外，檢方以林獻元與陳斌華、王煒的對話，證明林獻元與中共黨政有關。但一審法官認為，林獻元長年從事兩岸新聞採訪事務，與中國新聞媒體同業或官方新聞聯絡人、發言人有直接聯絡方式或互相交換新聞、資訊並非不能理解或想像。

因此，根據判決書，一審法官認定林獻元等未必清楚了解本案中國方的關係人是「滲透來源」，因此不認為林獻元等違反了《反滲透法》。檢方試圖以《反滲透法》定罪林獻元和蘇雲華的企圖，在一審以失敗告終。

檢方不服，上訴二審。案件到了二審，更多事證浮出檯面。

二審翻盤，法官認定確實違反《反滲透法》

2025 年 2 月 26 日，二審法官從幾項證據認定林靖東確實為《反滲透法》的滲透來源。

首先，《海峽導報》由中國共產黨在福建省之地方組織「中國共產黨福建省委員會」直屬事業單位福建日報報業集團所主管主辦，亦即由中共官方實質控制之媒體。有多項證據指名林靖東是《海峽導報》的社委、台灣新聞中心副主任，具大陸地區黨務機構設立之外圍之人員身分。

再者，林献元與證人游勝鈞的通訊紀錄顯示林献元清楚林靖東與中共福建省台辦之政治關係。林献元稱「東東（林靖東）現在已經升到社委了，然後他是在王煒上面的啊，王煒升不上，王煒現在是編委而已啊。」「所以他（林靖東）現在直通高層這樣子。」林也提到，「「他（林靖東）很常去北京述職啊。」

而林献元與蘇雲華間有「能否把剩下的做完，有始有終，才能請款」的對話，認二人有營利的意圖，另外，蘇雲華曾詢問「紅色網媒案」一事件，林向蘇解釋「反正就是我委託的單位而已呀，有事我會扛起來啦，啊我們就是把 10 波做完就好了啊，因為你做你的，發布是我在發布啊」，顯示蘇已預見被告林献元可能受滲透來源指示。

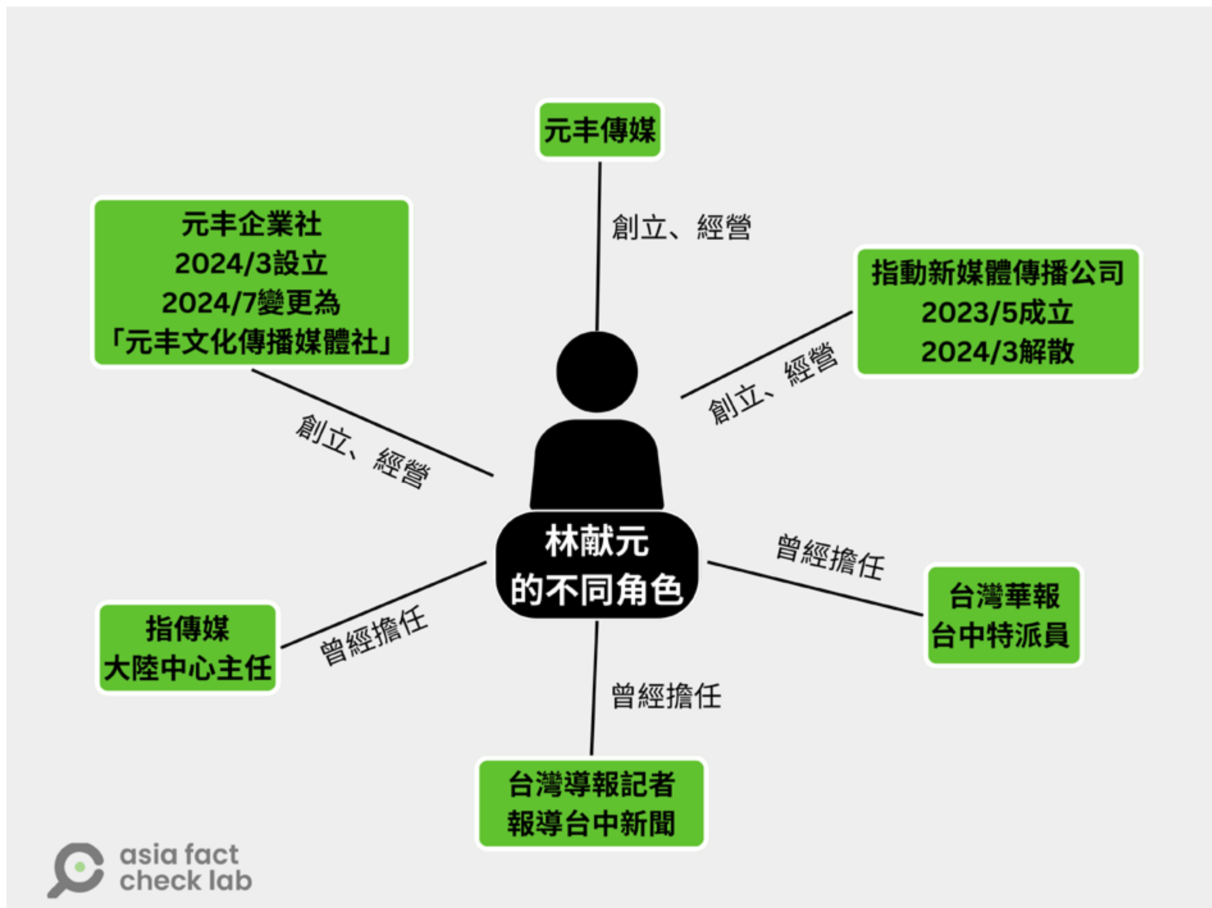
二審法官最終撤銷 一審違反總統副總統選舉罷免法判決，依《反滲透法》等罪，判林献元有期徒刑 9 月；緩刑 3 年，蘇雲華處有期徒刑 6 月；緩刑 2 年。全案仍可上訴最高法院。

《指傳媒》案發生後

至於《指傳媒》案主要被告林献元，他在一審期間才交保就 高調宣布復出，並且向媒體 喊冤，表示自己從沒對不起台灣，是受到政治打壓。

「林献元」這個名字，在不同時期曾經和不同的媒體有所關聯。有時他是創立、經營者，例如 2024 年 3 月解散的「指動新媒體傳播有限公司」。但同時又設立「元丰企業社」，7 月再更名為「元丰文化傳播媒體社」。

以「開啟兩岸交流新紀元」為口號的「元丰傳媒」網站仍在運作，林献元也常發布台中新聞。此外，過去他曾擔任「 《指傳媒》大陸中心主任」，也曾為《台灣導報》和《台灣華報》報導台中新聞。



製圖 Irene Cheung

AFCL 發現，像林獻元這樣接連創立、經營多家公司或不同媒體品牌、交錯兼任其它媒體機構工作的情形並非個案，而是地方小型網媒集群發展的常態。

以《指傳媒》案為例，從法院文件可以發現本案證人包括網路新聞《藍雀新傳媒》平台的許姓經營者、《指傳媒》游姓經營者、《台灣民眾電子報》陳姓記者、前《元丰傳媒》蘇姓記者等。

進一步查詢後發現，上述證人與林獻元有著很高的相似性——他們的名字常出現在特定幾個網媒上，例如在《元丰傳媒》也可看到陳姓記者報導；蘇姓記者曾為《台灣導報》和《指傳媒》發稿。

而且，前述新聞工作者都曾經赴中國參加媒體採訪活動，其中許、游和林獻元曾以台灣媒體人身分接受中國媒體訪問。

小型網媒為什麼集結成群？

深挖《指傳媒》案，一個「小型網媒集結成群，人員相互幫襯」的行業結構逐漸浮現。但這些網媒如何生存？他們的影響力又在哪裡？

集群運作的效益之一就是相互轉載群內網站的報導，透過搜尋引擎引導議題。這是「搜尋引擎最佳化」(Search Engine Optimization, SEO) 的一種技術，也就是藉著相關網站之間大量相連結彼此的文章，讓 Google 搜尋引擎「誤認」這是重要的文章，以便在被搜尋時，排名能較為靠前，增加能見度。這樣的操作，又稱「鏈輪法」(Link Wheel)。

林献元在 2023 年底接受 AFCL 記者採訪時，曾經解釋這些地方媒體的經營策略是以「人情」為中心的「螞蟻雄兵」。「大家都是人情而已啦，人情拜託他幫忙發一下，很多都是義務性的。」他說。

一位熟悉台灣媒體生態的人士接受 AFCL 採訪時，首先表達他不同意將《指傳媒》稱之為地方媒體，但也坦言不知該如何定位「這類網站」。

接著他分析創立「這類網站」的三種可能用途：第一，賺錢。利用平台找議員、市政府要求「宣傳廣告費」、「賣個版面兩萬到三萬」，如果市政府不配合，這類網站的記者就可能「會鬧、亂寫，或搞假投票」，例如小內閣滿意度調查，或配合議員攻擊市政府，又或是把發文連結傳到地方群組，進而對市政府形成壓力。

第二種可能是某勢力的網軍。所謂辨媒體，只要養工程師架網站、內容到處抓公開新聞稿即可，而這類網站常在選舉前後突然成立並「齊發」特定內容，有時可以引起主流媒體注意、報導「地方媒體盛傳」某個消息，然而網站會在選舉後消失，下次選舉前又改名出現。第三種則是政治團體的外圍網站，發表內容攻擊特定政治人物。

一位台中市議員助理告訴 AFCL，類似像《指傳媒》《台灣導報》等地方網媒，雖然表面上不如主流媒體來得有影響力，但卻能透過在地方臉書、LINE 等台灣人常用通訊軟體流傳消息，這些影響力都無法估計。這也是地方官員、議員願意「買帳」的原因。

小型網媒能夠影響輿論走向嗎？

「科技、民主與社會研究中心」(DSET) 研究員林雨蒼長期關注資訊操弄，在 2019 年率先分析「紅色網媒案」的網路。他近期接受 AFCL 訪問時，談到「紅媒案」仍印象深刻，他認為《指傳媒》主事者在台灣創立多個網站，目的就是為了複製中國的宣傳文章，滿足對方的 KPI(關鍵績效指標) 需求。

四年後，看到《指傳媒》仍在運作，又因刊登總統大選假民調再度躍上媒體版面，林雨蒼一點也不感到驚訝。他說，這些網媒只要有「統戰錢」可賺，就可以生存下去，雖然網站的傳播力不大，但可以形成「背景的雜音」，人們看久了，還是會有效果。

林雨蒼比喻，這就像是「排廢水」，不肖業者為了賺點小錢，把廢水到處排，某些網媒也是，為了賺中國的錢，「把髒東西排到台灣的言論市場，污染你的入口網站」。

曾任記者，並曾任職入口網站的台灣政治大學新聞系助理教授李怡志認為，雖然可能很少人聽過、看過《指傳媒》這類「迷你媒體」，但它們被看到的機會還是很多，仍具傳播效益，因為現在常見公關操作路徑是先刊在一個名不見經傳的媒體，經由這些媒體登上「Yahoo 奇摩新聞」、「LINE TODAY」後，再把看起來「經過認證」的連結，轉發到 PTT、DCard。「稿子一旦上了 Yahoo 或是 LINE TODAY，你就會信任。」李怡志說。

李怡志分析，有些人創立「迷你媒體」或許有政治動機，但更多是出自公關動機，運用網媒露出，與新聞內容聚合平台簽約，就能向付費客戶賣保證曝光的方案。這些網媒通常得維持日常發布正常稿件，以便與大型聚合平台簽約，「但簽約後，假設我每天放一百則（報導）進來，在裡面塞個兩則（有問題的報導）你也不會知道，因為稿件的量很大」。

「這有解方嗎？」記者問。

李怡志苦笑，每次被問到這題，他的答案都一樣：「請看主流可信的媒體，只有這個解方，沒有別的了」。如果聚合平台未經查證、率而轉載，是否負連帶責任，李怡志認為還需要更多討論，他建議平台應思考建立一個「定期抽樣」的機制，每一段時間抽看稿件是否有問題。

「以小博大」的策略

「福建網絡」的兩大集團對台灣發力統戰，但在相關案情中我們卻發現中國官媒嘗試滲透的林献元是小型地方媒體負責人，甚至有只是自媒體經營者的案例，這些對象在台的影響力並不如預期顯著，為何中共挑上他們？

「我覺得他在對台灣進行以小博大的戰略。」陸委會主委邱垂正接受 AFCL 訪問時，直言中國政府正透過一部分小型網路媒體影響地方，特別鎖定中南部、中下階層，以及年輕世代。這個策略對台灣的潛在危害就是「平時養著，必要時揭竿而起」，影響選舉，或是讓台灣變弱，變得沒有抵抗能力。

「所以我還是覺得，對於中共的假訊息攻擊，揭露很重要。揭露他對台灣的不良意圖，怎麼樣滲透，怎麼樣製造台灣的混亂，讓國人知道他有這個企圖，我們就可以反攻。」邱垂正說，社會韌性最重要的一塊，就是識讀教育，包括識讀中國、識讀兩岸關係，不只針對一般人，對專業人士也很重要。

一名資深兩岸記者表示，他常在中國參訪行程遇到某幾家台灣地方網媒的經營者和記者，就他觀察，網媒在兩岸的賺錢方式其實差不多，大致是向政府單位賣版面賺宣傳費，或推觀光的業務合作案。他曾看過台灣網媒業者向中國官員提供網頁、PDF 檔交差，「其實對岸也知道（台灣地方網媒）沒有什麼影響力，但辦活動就要結案、要報告，形式上有台媒參加、有露出……不管成效如何。」

這位資深記者以自身經驗分析，台灣主流媒體比較「邀不動」的原因，除了考慮活動新聞性不足，其實有些人也怕《反滲透法》而「不敢動」「不敢接業務」；另一方面也是對岸的「落地招待」待遇愈來愈差，例如取消了車馬費文化，以及過往城市之間移動可以搭機，後來只能搭高鐵二等座。也因此，中國地方政府為活動結案所需，常邀台灣地方網媒「衝人氣」，最近更愛網紅與自媒體。

政治大學國家發展研究所副教授黃兆年長年研究中國影響力，他也分析這些小型網媒與自媒體對中共對台滲透與資訊操作仍有其意義，「對於中國政府來說，就是業績的暗樁」。黃兆年認為，中國官方也知道小媒體、小網紅對台宣傳效果有限，但出席活動有曝光、生產的報導方向正確，這些都是中國官方所需。

《指傳媒》、《元手傳媒》雖然是小型地方網媒，但由他們引發的總統大選假民調案，是個指標性的案件，讓外界看見中國如何利用台灣媒體生態的弱點攻擊分化台灣。這也是黃兆年所認為的，如果這樣的「基礎工程」持續佈建，在必要時刻說不定有意想不到的對台宣傳效果。

《海峽導報》和「廈門犀利姐」林靖東

在結束《指傳媒》的故事前，還有一個值得挖掘的人物：《海峽導報》的社委林靖東。她的名字不僅頻繁出現在案情裡。無獨有偶，一位台灣 YouTuber「八炯」2024 年 12 月 6 日發表了一部《統戰紀錄片》，林靖東也是被揭露的主角之一。

在《指傳媒》案裡，林靖東接收林獻元回報的結果，指導他調整「民調」數據。在《中國統戰紀錄片》裡，林靖東提供素材，由合作網紅編曲批評民進黨政府。她所代表的，是一個更大的執行對台統戰的結構，在與台灣人士的交流往來中，接通中共統戰台灣的線路。

林靖東為《海峽導報》工作 25 年。公開資料顯示，她自 1999 年進入《海峽導報》工作，於 2009 年首次駐台採訪，為《海峽導報》第二批駐台記者，當時省委宣傳部副部長朱清還特地為她送行。在林靖東 20 多年的記者生涯中，至少三度以《海峽導報》記者身份派駐台灣，可以想像她如何藉此「參透」台灣主流、非主流媒體生態。

海峡导报第二批驻台记者昨日启程 台海网

台海网
2009.09.23 07:49



台海网9月23日讯 （海峡导报记者 许巧娜/文 黄少毅/图）昨日下午，本报第

2009 年《海峽導報》派遣林靖東等記者駐台時的報導，執筆者恰好是許巧娜。圖截取自台海網

《海峽導報》1991 年在廈門創刊，由《福建日報》報業集團百分之百持股。《福建日報》社隸屬中共福建省委。

《海峽導報》自我定位是全中國唯一以對台宣傳為主的市民生活報，「立足廈門、輻射台灣」。但它的記者亦肩負新聞採訪以外的其他「任務」。林靖東就是其代表，她對接台灣台灣記者和自媒體工作者，例如林獻元所處其中的一個台灣網路傳媒集群。這些網路集群的成員，日常刊發的「兩岸新聞」著力描寫中國大陸好山好水，兩岸同文同種。到了選舉關鍵時刻，則集體發出假造民調，幫助「候康配民調首度超車」的「新聞」攻上網絡重要位置。

林靖東的名字還曾經出現在一篇有影響力的調查報導中——台灣媒體《報導者》2019 年刊出的 《打不死的內容農場 –– 揭開「密訊」背後操盤手和中國因素》 。

「密訊」是在台灣小有名氣的內容農場，因充斥浮濫內容和不實訊息而多次被下架。根據《報導者》的調查，其背後操盤手為新黨青年委員會委員林正國，而在 2018 年 4 月，選在福建省廈門市搶先推動「惠台 60 條」後，林正國與時任新黨發言人王炳忠出席《海峽導報》多媒體中心的落成典禮並拍攝合照，林靖東也在其中。



林正國、王炳忠 (左五) 和林靖東 (左四) 等人出席《海峡導報》多媒體中心的落成典禮。(圖取自王炳忠臉書)

2010 年之後網路、移動裝置平台快速發展，林靖東也跟上時代，以本名林靖東經營抖音、臉書，以「廈門犀利姐」經營西瓜視頻，共通點是以「前駐台記者」身份，發布大量針砭台灣時事的短影音，集中火力抨擊台灣執政黨民進黨以及現任總統賴清德。時間跨度從 2020 年至今，未曾間斷更新。

林靖東以本名和網名經營的短影音平台。(圖截取自抖音、西瓜視頻)

林靖東於 2021 年記者節在百度刊登文章自述，「回望自己的職業生涯：前半部分，我在書寫、記錄別人的喜怒哀樂，記錄著歷史；後半部分，我走上台前，展現自己的喜怒哀樂，成為事件的一部分。用現在的流行語，叫『價值輸出』，記者生涯要求我客觀公正，不摻情感，而網紅生涯需要我引導輿論，輸出情緒和價值。」

林靖東的這番話，定義了自己職業生涯的兩個階段：前半生是記者，後半生是網紅。她以駐台記者身份，在台灣累積了親中勢力人脈，即便結束駐台生涯，這些人脈織成一張綿密的網，支撐他作為自媒體網紅的內容資本。

即使 2023 年底《指傳媒》案爆發後，林靖東的名字頻繁出現在台灣媒體的報導中，也沒有讓她停止對台工作。賴清德就職後，林靖東在騰訊網發表專文，批評賴清德的講話傷害兩岸，稱「美國人利用賴清德是想佔便宜」; 她並持續在微博、抖音發布影片，話題包括「民進黨惡意阻擋兩岸交流，污名化統戰」、「賴清德巧立名目舔美，順便 A 台灣的民脂民膏」等。

林靖東還保持著與林獻元的互動，2024 年 6 月，林獻元在林靖東臉書留言稱「來台灣，會被抓哦！」，林靖東回應「你懂」。

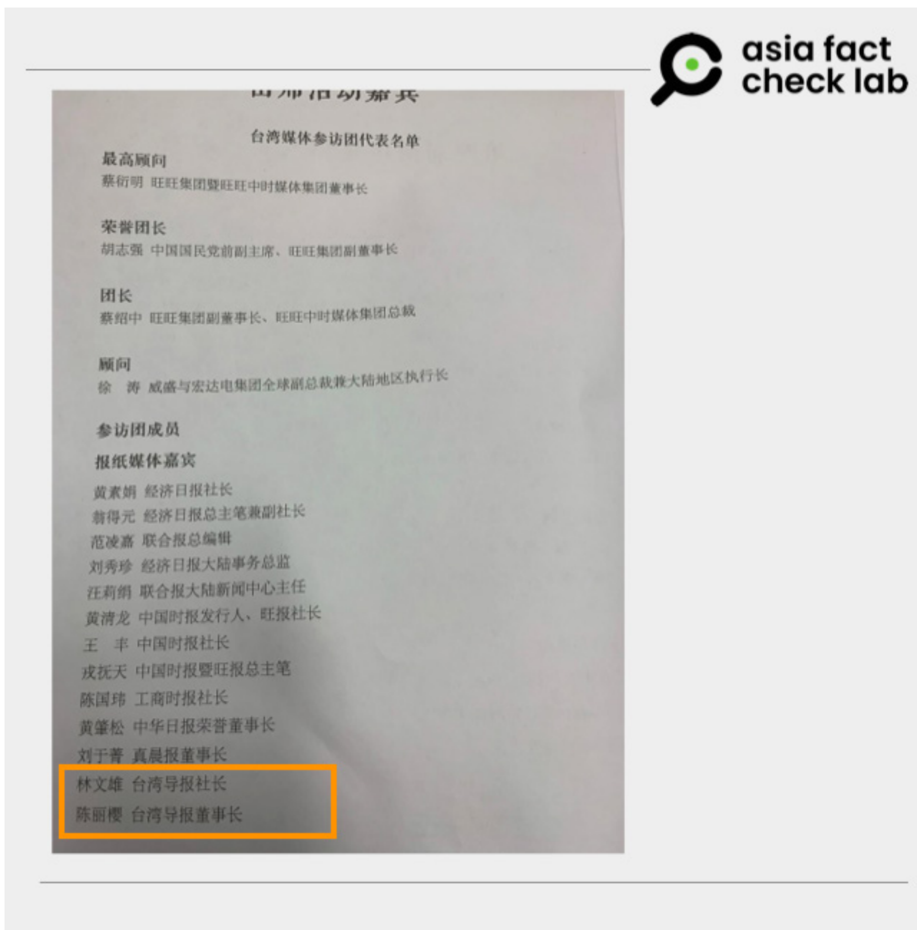
林靖東角色的演變，是福建網絡統戰台灣的縮影。她從採訪台灣新聞的記者，逐步成為福建網絡對台統戰的執行者。藉著長年往來兩岸，廣布人脈，林靖東得以熟悉台灣媒體生態的弱點，適時引進統戰資源。但這個「媒體生態的弱點」從何而來？ 系列的下一篇，AFCL 將從台灣南部老牌媒體《民眾日報》和一位地方廣播名嘴的故事說起。

3 地方媒體的中共外宣｜老牌本土媒體如何澆灌出親中敘事？

「當年兩岸關係解凍，媒體界的朋友們立了汗馬功勞，現在我們要實現『和平統一』，實現『一國兩制』，仍要靠媒體界的朋友們共同努力。」

這是 2019 年的「第四屆兩岸媒體人北京峰會」上，時任中國政協主席汪洋對與會台灣媒體負責人和高階主管的發言。他希望台灣媒體人「認清現在的格局」，為「我們的國家去鼓與呼」。

2019 年「兩岸媒體人北京高峰會」台灣參與者的名單由台灣《上報》揭露，在「報紙媒體」的十三名「嘉賓」中，兩人來自《台灣導報》：社長林文雄和董事長陳麗櫻，兩人是夫妻。



台湾媒体参访团代表名单

最高顾问
蔡衍明 旺旺集团暨旺旺中时媒体集团董事长

荣誉团长
胡志强 中国国民党前副主席、旺旺集团副董事长

团长
蔡绍中 旺旺集团副董事长、旺旺中时媒体集团总裁

顾问
徐 涛 威盛与宏达电集团全球副总裁兼大陆地区执行长

参访团成员
报纸媒体嘉宾
黄素娟 经济日报社长
翁得元 经济日报总主笔兼副社长
范凌嘉 联合报总编辑
刘秀珍 经济日报大陆事务总监
汪莉绢 联合报大陆新闻中心主任
黄清龙 中国时报发行人、旺报社长
王 丰 中国时报社长
戎抚天 中国时报暨旺报总主笔
陈国玮 工商时报社长
黄肇松 中华日报荣誉董事长
刘于菁 真晨报董事长
林文雄 台湾导报社长
陈丽樱 台湾导报董事长

2019 年北京兩岸媒體人高峰會，《台灣導報》社長林文雄、董事長陳麗櫻都是座上賓。
圖片翻攝自《上報》，橙色框為 AFCL 所加。

《台灣導報》的名稱似曾相識。在前一篇報導「《指傳媒》假民調案」的主要嫌犯林獻元，就兼有《台灣導報》記者的身份。這個身份事實上一直到 2024 年 6 月，亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）查閱了台中市媒體通訊錄，林獻元仍然在《台灣導報》記者之列。

這些集群中的媒體機構多屬於地方新聞媒體，但他們何以能夠和親中敘事及中共外宣沾上邊？兩位《台灣導報》的負責人為什麼熱衷參與在中國的交流活動？

這個故事得先從《台灣導報》社長，也是創辦人林文雄，以及台灣一家老牌本土報紙《民眾日報》講起。

《民眾日報》的轉型之路

根據台灣工商登記資料，《台灣導報》社於 2012 年 10 月 1 日創立於高雄市苓雅區，創辦人林文雄之前曾是《民眾日報》社長，這是南台灣一家老字號媒體，營運超過 70 年。

台灣國家文化記憶庫的資料指出，《民眾日報》1950 年創立，當時台灣處於戒嚴時期，《民眾日報》立場傾向反對陣營，經常報導黨外運動等敏感新聞，被國民黨政府視為眼中釘，經常受到「關切」。 「解嚴」前一年，《民眾日報》甚至曾因報導中共當時的開放路線，以及美國建議台灣取消戒嚴令等新聞而遭短暫停刊。


民眾日報

幹！

抗議中國武力威脅

社論

台灣人不可未戰先敗

台灣人選自己的總統，沒你中國的事！

在大時代的逆流中，讓我們手攜手，肩並肩，心連心，完成民主大業。

鎮定於驚濤駭浪之中
團結在風雨橫逆來臨之時

大聲說出來，我們愛台灣，保衛台灣。

全球自由世界已投台灣一票

同胞們，站起來，自己國家自己救。

誓為台灣務實外交作後盾

敬獻至誠 屏東縣議會 高雄縣議會

asia fact check lab

早期的民眾日報，明顯可見其反中、本土的立場。圖取自 Threads

2001 年，東森媒體集團收購《民眾日報》，由時任無黨籍立委蔡豪擔任社長。當時《民眾日報》的銷售量已逐漸走下坡。 2007 年 5 月，上百名報社員工遭資遣，時任董事長王世均（原名王親雄）被員工告上高雄市政府勞工局，要求給付積欠兩個月的資遣費，王世均最後承諾付出 1631 萬元。

一位前《民眾日報》地方記者告訴AFCL，《民眾日報》銷量下滑時，正職記者每天都得以「業務導向」跑新聞，人人都要想辦法拉廣告，「東森就是嫌平面媒體不賺錢才退出。」他說。

他舉例，《民眾日報》一度要求正職記者繳交自己廣告業務收益的一半給報社，假若一個月拉到 20 萬，10 萬要上繳公司。

2007年5月林文雄接掌《民眾日報》，出任新的董事長兼社長，而《民眾日報》賴以為生的「拉業務」賺錢模式，也逐漸從台灣拓展至中國。

「北旺中，南民眾」統戰資金趁虛而入

為什麼林文雄願意收購《民眾日報》？一位曾為《民眾日報》工作超過 15 年的資深記者告訴 AFCL，林文雄發跡於台中鹿港一帶，曾經辦過《鹿港時報》，因為一開始是做發行起家，「有業務概念」，便在自己身為董事長期間，將《民眾日報》的重心放在商業營收上。

這時，中國的統戰資源也遞向了《民眾日報》。「北旺中，南民眾」，一位曾在《民眾日報》服務的資深記者說，就他的了解，中國看重《民眾日報》是因為它一向被認為是親民進黨、獨派的報紙，能滲透進入，意義重大。

《民眾日報》最初與中國的合作模式是「互換版面」。與之互換的是福建《海峽導報》，每天提供兩個版面報導台灣各地觀光景點、名勝、風土民情，《民眾日報》則釋出一個版面，特寫中國觀光旅遊、名勝古蹟及地方風土民情等。

這項「合作」曾在 2009 年 4 月被《自由時報》揭發，報導稱《民眾日報》高層證實，該報已與中國廈門《海峽導報》簽約合作，但否認中資挹注經營，純粹是互相提供新聞版面，報導兩岸的新聞。

報導也引述《民眾日報》當時的高層人士表示，這些兩岸媒體合作是為了「行銷彼此的觀光商機」，以達到增加報社廣告與發行收益的目標。言下之意，合作的報導本身沒有金錢對價關係。

但一位熟悉當時《民眾日報》中國業務的知情人士告訴AFCL，儘管在原報導中，《民眾日報》高層人士否認收錢發報導，但實則確有金錢往來：

「那時候我們（《民眾日報》）也都是很創新的，我說的是版面對版面，反正我們去採訪，然後我們出一整版給你，看你付我們多少錢。」

這位消息人士指出，兩家報紙名義上都稱是版面互換，但實際上與「錢」脫不了干係，這些「都是檯面下的事情」。

「我們就是一邊做一邊修正。其實這個東西（互換版面）都是以前沒有做，後來竟然成了，國台辦也覺得我們這個想法還蠻不錯的，然後就把海西二十個城市報導交給我們。」

置入行銷「海西經濟區」

「海西」指的是「海峽西岸經濟區」的開發計劃。 2009 年 5 月，中國國務院開會通過《關於支持福建省加快建設海峽西岸經濟區的若干意見》，內文提到，台灣海峽西岸經濟區與台灣地緣相近，擁有「獨特的對台優勢」，可以做為兩岸人民交流合作的「先行先試區域」。

簡單地說，中國希望發展一塊經濟特區，與台灣深度整合。就如同在廣東發展「大灣區」以整合香港、澳門。

這二十個城市包含福建省全境的九個地級市，以及浙江、江西、廣東省的部分城市，龍頭市為福州、泉州、廈門、溫州、汕頭市。而《民眾日報》和國台辦合作的，正是把這些「和台灣地緣、血緣相近城市」的美好，帶到台灣社會大眾眼前。

「像梅州，事實上他們（台辦）都會提供很多的資料，只是說他們的內容到了我們（台灣）這邊，我們還要再修稿，然後採訪、專訪這樣。所以大的政策就是他要推海西二十個城市的系列報導。」受訪者證實，最後的報導呈現方式則是會另出一份八開的「特刊」來報導這些內容。

至於海西二十個地級市的宣傳專案，國台辦究竟用了多少利益交換？其中一位知情人士回答：「我印象中好像是兩千萬（台幣）」 。他解釋，一個地級市約三十萬人民幣，二十個共六百萬人民幣， 「等於接近現在的兩千多萬」台幣。

不過這位受訪者也強調，中國的給錢方式是做完一個城市給一個城市的錢，他無法確認《民眾日報》是否有如期做完二十個城市的專案。

2010 年 5 月，《民眾日報》的經營權生變，前立委蔡豪及前董座王世均介入《民眾日報》的經營權，爆發商標權爭奪之亂。蔡豪甚至率人進入報社搬走電腦和服務器，連報頭上的「董事長」署誰的名字也引發了糾紛，最後甚至出現「鬧雙胞」的情形，形成北蔡豪、南王世均的分裂狀況。

受訪者對 AFCL 說，當時林文雄雖然名義上還是《民眾日報》的老闆，但各方勢力相爭不下，經營管理非常混亂。這讓林文雄萌生了「自己出來做」的念頭。在一次餐敘裡，林文雄向時任《海峽導報》社長馬振霖提起這個想法。馬振霖建議新媒體可以取名為《台灣導報》，塑造「一家人」的感覺。

「兩岸兩導報」的線路，就在這裡接通。

從《民眾日報》到《台灣導報》

1950 創立於基隆，以「黨外」、「反國民黨」為特色

2001 傳統報紙逐漸不景氣，此時東森集團收購

2007 林文雄接任董事長

開始藉中國「業配」(有償新聞) 賺取收入

2009 開始與福建《海峽導報》以互換版面方式進行「商業合作」

2010 《民眾日報》經營權生變，林文雄萌生退意

《海峽導報》時任社長鼓勵林文雄自創媒體

2012 林文雄創立《台灣導報》，引進中國資源及人脈

「兩岸兩導報」人員交流、商業往來密切

2017 《台灣導報》加入中國報業協會



製表時間：2025/04/15

兩岸兩導報 線路接通

「90 年代出生的台灣青年陳斯俊說……第一次來到丹東抗美援朝紀念館受到很大觸動，這樣一段保家衛國、英勇奮戰的歷史，這樣一支為和平正義而流血犧牲的中國人民志願軍隊伍，令人敬仰。」

2023 年 9 月，遼寧省台辦舉辦了一場「兩岸媒體看遼寧」的新聞交流活動，邀訪了十五位兩岸記者和「青年自媒體人」走訪瀋陽故宮、遼寧省博物館、鴨綠江斷橋和抗美援朝紀念館等文化景點及歷史遺址。

「這是我闊別 5 年再次來到遼寧，心情非常激動。《台灣導報》曾多次開設報導遼寧的專版，加深了台灣民眾對遼寧的了解。」《人民日報》海外版在報導中訪問了林文雄，他說「台灣媒體朋友對此行熱情滿滿。」

這一場「兩岸媒體看遼寧」的交流活動是否帶來經濟收入，外界不得而知。但國台辦所屬的新聞網站《華夏經緯網》報導：參訪期間，《台灣導報》出版了「宣傳遼寧專版」，「宣推瀋陽、本溪、丹東市的專版」。《台灣導報》旗下的所有新媒體平台也都同時宣傳推播這場交流活動。

《華夏經緯網》的報導稱，據不完全統計，「台灣導報社長：希望廣大台胞了解兩岸和平統一的重要性」的影片播放超過 161 萬次，登上頭條熱門台海榜第 1 名。相關通報在官方網站、抖音號、快手號、影片號、今日頭條、新浪微博、企鵝號、Facebook、YouTube 等平台刊發，閱讀量超過 506.5 萬次，部分報導播放量達 380.5 萬次。

這些報導，其實點出了《台灣導報》和類似型態媒體的經營模式與組織特性，我們接下來逐一分析。但在詳細討論《台灣導報》之前，或許可以簡述一下他和另一家「導報」，《海峽導報》的關係。

《海峽導報》，中國的統戰先鋒

《海峽導報》同樣在「《指傳媒》假民調案」中似曾相識，社長馬振霖是《台灣導報》建立初期的關鍵人物，一段 2012 年名為「中秋博餅狀元王」選拔活動的影音顯示，馬振霖就是把這項活動引進台灣的重要推手。這場活動由《台灣導報》和《海峽導報》共同舉辦，《台灣導報》及民眾報業集團都參與了活動。林文雄擔任中華博餅文化協會理事長，活動年年舉辦，延續到今天。

從社媒公開呈現的內容來看，兩家導報最早從 2013 年就有接觸。例如兩家的記者曾經一同烤肉聯誼，林獻元也是參與者之一。

除此之外，林文雄也與《海峽導報》的現任社長林世雄多有往來。

2019 年，在廈門舉行的中秋博餅大賽前，林世雄和林文雄見面並交換禮物。根據中國新聞網的報導，林世雄送了一枚刻著「兩岸導報是一家」的印章給林文雄，並稱：「兩岸人民都是龍的傳人，兩岸的導報是一家，希望海峽導報和台灣導報和諧交流往來。」

2023 年，《海峽導報》正式啟用兩岸融合發展青創空間，當時林文雄也現身《海峽導報》，《台灣導報》也發了一篇專刊：「兩岸融合發展青創空間揭牌」，內文提到，《海峽導報》是全中國唯一以對台宣傳為特色的都市生活報，並稱讚《海峽導報》在促進兩岸交流上，發展出「有特色、有亮點、有影響力的宣傳平台和活動品牌」，「產生了深遠的影響」。

類似的兩岸媒體交流活動數不勝數，我們以關鍵字搜尋到不少例子：

2013 年福建日報報業集團社長蔡小偉率大陸 17 家主要報社領導到高雄拜訪《台灣導報》。

2015 年《海峽導報》社長赴高雄拜會《台灣導報》。

2017 年《台灣導報》特派記者鄭永德在臉書發文，稱《台灣導報》成為全台唯一獲准加入「中國報業協會」的台灣媒體。 而中國協報網的網站則如此描述其使命：「中國報業協會將持之以恆以習近平新時代中國特色社會主義思想為引領，認真貫徹落實中央決策部署和中宣部總要求，努力團結全行業力量，推動報業加速轉型和融合發展」。

別有特色的「大陸新聞」

打開《台灣導報》網站，首頁有台灣地方新聞、社論及國際新聞。欄目分類則有全國版、北、中、南地方版、慈濟廣場、大陸視窗、文化藝術及歷史版面。版面分類和一般綜合性媒體沒有不同，但大陸新聞欄位卻別有特色。

AFCL 在 2024 年 12 月 8 日點開《台灣導報》的「大陸視窗」欄目，裡面有四則新聞正在滾動輪播：

兩岸美食展沙縣舉辦 台灣小吃攤位人氣旺
中國木拱橋技藝傳承人盼薪火相傳
近 700 家參展商共聚福建旅交會
浙東黃金港灣「湧出條條」大黃魚

再瀏覽「大陸視窗」欄目的其他新聞，絕大部分會發現相關新聞幾乎不觸及中國黨政、軍事或社會，反而都是人文、觀光、風景及兩岸民族情懷的內容。

進一步觀察《台灣導報》的大陸新聞，一個名為「專刊報導」的欄目裡，為（福建省）福鼎市、泉州、陝西、（四川省）綿陽市、北京、天津各開了一個專刊欄目，內容一樣聚焦在當地風土人情、觀光、以及經濟發展等主題，可見的內容都是正面報導，例如：

【福鼎專刊】千年茶道石馬嶺
【泉州專刊】傳承弘揚、創新發展「晉江經驗」 在新時代民營經濟強省戰略中走前頭、作表率
【陝西專刊】陝西寶雞舉行炎帝陵祭祀典禮 兩岸同胞共同祭拜先祖
【綿陽專刊】北川投資推介會 促兩岸合作共創未來

我們進一步搜尋了這四個主題，發現相關新聞也同步刊登在多家網路媒體：

《台灣導報》專刊分析

專刊欄目	文章標題	曾出現在的網路媒體
福鼎專刊	千年茶道石馬嶺	台灣導報、鷹眼時報、圓周傳媒、真言新聞網、新一代時報、鹿港時報、中台灣時報、橘傳媒
泉州專刊	傳承弘揚、創新發展「晉江經驗」 在新時代民營經濟強省戰略中走前頭、作表率	台灣導報、鷹眼時報、圓周傳媒、真言新聞網、新一代時報、鹿港時報、中台灣時報、橘傳媒
陝西專刊	陝西寶雞舉行炎帝陵祭祀典禮 兩岸同胞共同祭拜先祖	台灣導報、鷹眼時報、圓周傳媒、真言新聞網、新一代時報、鹿港時報、中台灣時報、橘傳媒
綿陽專刊	北川投資推介會 促兩岸合作共創未來	台灣導報、鷹眼時報、圓周傳媒、真言新聞網、新一代時報、鹿港時報、中台灣時報、橘傳媒

製圖：亞洲事實查核實驗室



從整理的表格可以觀察到，四篇「大陸專刊」的內容，不僅刊在《台灣導報》上，也同時發佈在其他七個網路媒體上，標題、內文幾乎完全相同，只有少數經過改寫。而這七家網媒，都是《台灣導報》的「新媒體串流平台」。

AFCL 在進行關鍵字搜尋時，發現這些專刊報導發佈的內容，也有簡中的網站同時發布。以泉州專刊的「晉江經驗」報導為例，除了中國媒體外，連官方也有發佈高度相似的內容：

“晉江經驗”的中國報道

中國媒體、官方網站	文章標題
《非洲時報》（華文媒體）	傳承弘揚、創新發展「晉江經驗」 在新時代民營經濟強省策略中走前頭、作錶率 泉州市民營經濟發展大會召開
泉州市人民政府	傳承弘揚、創新發展“晉江經驗” | 2024年泉州市民營經濟發展大會
人民網	蔡戰勝代表：傳承弘揚、創新發展「晉江經驗」 在新時代民營經濟強省策略中走前列、作表率
東南網	走前頭、作表率！泉州召開2024年民營經濟發展大會

製圖：亞洲事實查核實驗室



AFCL 聯繫了《台灣導報》，希望了解這些「專刊」的性質，是自主規劃採編的新聞，或者是「有償新聞」（paying for news coverage），但聯絡上的人士表示，公司不會有人具名回應我們的問題。

「基本上都是業配，不然的話用一般新聞版面刊登就好了。」一位曾經與林文雄合作的伙伴直白回應了我們對這些「專題」和「特刊」性質的疑問。

另一位不願具名的內部人士則稱，在 2020 年新冠疫情爆發之前，的確有些到中國交流的邀約和機會，但因為疫情中斷了好幾年。不過隨著疫情結束，交流逐漸回復，例如 2024 年 4 月底，兩岸媒體人受邀至福建湄洲島體驗媽祖文化的活動，《台灣導報》開設了「湄洲媽祖專刊」專門報導這一系列的活動。

大篇幅報導這次活動的不只《台灣導報》，中國新聞網在報導中稱：

「今年是『媽祖信俗』列入聯合國教科文組織《人類非物質文化遺產保護代表作名錄》15 週年。這場聯合採風活動吸引了民眾日報、中央廣播電視總台、中國新聞社、東南衛視、台灣 TVBS、台灣東森電視台、台灣導報等兩岸媒體參與」，並稱共有超過三十位兩岸媒體人共同參與此次活動。

儘管主流媒體及地方網媒皆有收到邀訪，兩者報導方式卻不盡相同。以 TVBS 及《台灣導報》做比較，會發現同樣以湄洲媽祖為主軸，TVBS 的切入點為中國香客近年來無法赴台進香，而《台灣導報》發佈的兩篇「專刊」報導，則僅報導活動內容及宣傳媽祖文化，並未具有「議題性」。

資深兩岸電視新聞記者告訴我們，這也是為什麼近年來中國官方所發的台媒邀訪，主流媒體有時表現的興致缺缺。

「主要還是要考慮到是否有新聞性，他們其實不太能夠去約束到我們怎麼報導，而且有些活動真的『太鳥』（按：指不知所謂、無趣）到我們根本不想去。」

但這位資深兩岸記者看到另一種趨勢，類似的邀訪活動，「我的感覺是網紅、自媒體的人數其實是會多過我們台媒的」，這名記者點出近年來，中國對台外宣的資源投注，從傳統媒體逐漸轉換至自媒體、網紅。

然而，當《台灣導報》的大陸新聞如此著重軟性文化的內容，其社論上對台灣政府的大力批判就形成了強烈對比。AFCL 以幾個 2024 年的重要兩岸、國際事件在《台灣導報》搜尋，關鍵字包含「2758 號決議案」、「聯合利劍 A、B」、「俄烏戰爭」、「中國台北隊爭議」，找到以下立場鮮明的社論內容：

【社論】反和平顧主權
【社論】法辦陸生 賴政府也要搞戒嚴嗎
【社論】綠營催生武統
【社論】拜登臨去瘋狂 烏克蘭和平遙遠
【社論】美國的墮落
【社論】炒作聯大 2758 號決議也無法台獨

《台灣導報》的新媒集群

在調查兩岸導報的來往時，AFCL 發現，《台灣導報》並非單打獨鬥，而是一個「集群」同時運作。

《台灣導報》的首頁上有一個「台灣導報新媒體串流平台」欄位，列舉了《鷹眼時報》、《圓周傳媒》、《真言新聞網》、《新一代時報》、《鹿港時報》、《中台灣時報》、《橘傳媒》、《亞洲經濟通訊社》等。

將這些媒體放進台灣公司網搜尋，並非每個都有註冊公司，例如《鷹眼時報》、《圓周傳媒》、《真言新聞網》和《中台灣時報》都查無相關資訊。

而《橘傳媒》註冊地址和《台灣導報》相同，都在高雄的 85 大樓內，《新一代時報》、《鹿港時報》和《亞洲經濟通訊社》則各有其負責人及獨立的公司資訊。但這些經營者同時運營多家媒體的效益在哪裡？

AFCL 先前在報導中曾分析，媒體集群操作可能的原因，首先是對地方政府形成壓力；其次，透過多個媒體在同一時間，反覆交替刊出、引用同一主題，甚至同一篇報導，可以觸發搜尋引擎演算法，將這篇報導排在搜尋結果的前頭，這樣的方法稱為「鏈輪法」(Link Wheel)。

《台灣導報》集群可以看見同樣的操作。例如我們在 2024 年 12 月 12 日進入《台灣導報》媒體集群的網站，上述八個關聯網媒的大陸新聞皆停留在 12 月 8 日的「兩岸暨港澳媒體行廣州啟動」，且記者皆掛名「蔡淑涓」、報導裡的文字敘述都一模一樣。《台灣導報》發的中國新聞雖然比其新媒體集群裡的更多，但也在同一天發布相同的標題及內文。這些媒體用「同天發同稿」的方式處理其中國新聞，已經維持一段時間。

認識林文雄、林獻元，且熟悉這樣操作法的媒體記者告訴 AFCL，《台灣導報》這樣子的辦報手法，讓國台辦也能對內交差，提高對台宣傳的「業績」。

「中國是按單位給（錢），看你可以掌控幾個單位。所以他就是一直弄一大堆的傳媒。一個傳媒譬如說拿個一萬人民幣，那我十個，我是不是就拿十萬。」這位記者舉例。

他補充，《台灣導報》這樣子的「集群」，可以在國台辦邀請台灣媒體參加活動時，誤導中國官方認為自己是台灣媒體的領頭羊、重要人物。「所以他們（按：林献元、林文雄）經營台灣的關係好處之一，就是變成他去拿大陸案子的支撐，以此證明自己在台灣有影響力，甚至形塑自己是這一群人的頭，然後只要你發案子給我的話，我會分配給這些人。」

此外，《台灣導報》和《指傳媒》也很積極經營在台灣「各地皆有記者的形象」，力求表現自己是個有模有樣的媒體，在國台辦面前才能顯示出自己的公信力。「他（林献元）就說他總是要做得漂亮一點，就是說他的網站也要做得漂漂亮亮的，人家台辦還是什麼的各單位才會買單。」

新聞自由或政治收買？

對於《台灣導報》等地方媒體集群的現場和部分集群的親中立場，台灣陸委會主委邱垂正認為，媒體都是依法成立，執政者要以「最大的忍耐程度面對言論自由，哪怕是不支持執政黨的，都要忍耐，因為台灣是自由民主社會。」

但邱垂正也認為，一旦媒體被中共控制，那就根本不是一般人期待的「公義」或「公器」，而成了控制社會的武器。「如果所有媒體要『姓黨』，那它就不是社會公器，而是介入台灣分化對立與製造內亂的工具。」

過去以來台灣小型地方媒體集群到中國大陸參訪並接受招待，以及屢見不鮮的「業務合作」。邱垂正認為，台灣的媒體經營、生存十分辛苦，中國熟悉這一點，因此會特別收買小型或地方媒體。

但邱垂正認為重點在於「對價關係」，也就是報導的背後是否涉及統戰利益。即使政治性的內容並無牽涉金錢交易，若有其他業務往來，那也是踩在灰色地帶。

研究中國影響力的台灣政治大學副教授黃兆年則說，收錢做新聞就是違反最「基本的新聞倫理」，就算是為了經營考量也無法將其合理化。黃兆年強調，中國擅於用軟實力包裝背後的統戰利益。看起來是文化宣傳，背後卻牽涉系統性的收買及誘因。

回顧習近平執政下的中國對外宣傳方針，會發現中共中央統戰部早在 2016 年就宣布正式將「新媒體從業人員」納入統戰對象，2018 年則正式納入「網絡人士」，包括：網路企業和平台從業人員、「大 V」、個人「大號」、社群負責人、作家、主播、影音紅人、職業電競選手等。

這樣的政策方針，也帶動傳統的媒體從業人員「自我進化」，走向新媒體之路。在台灣的「統戰協力者」當然也不例外。

廣播名嘴進化為「融媒體人」

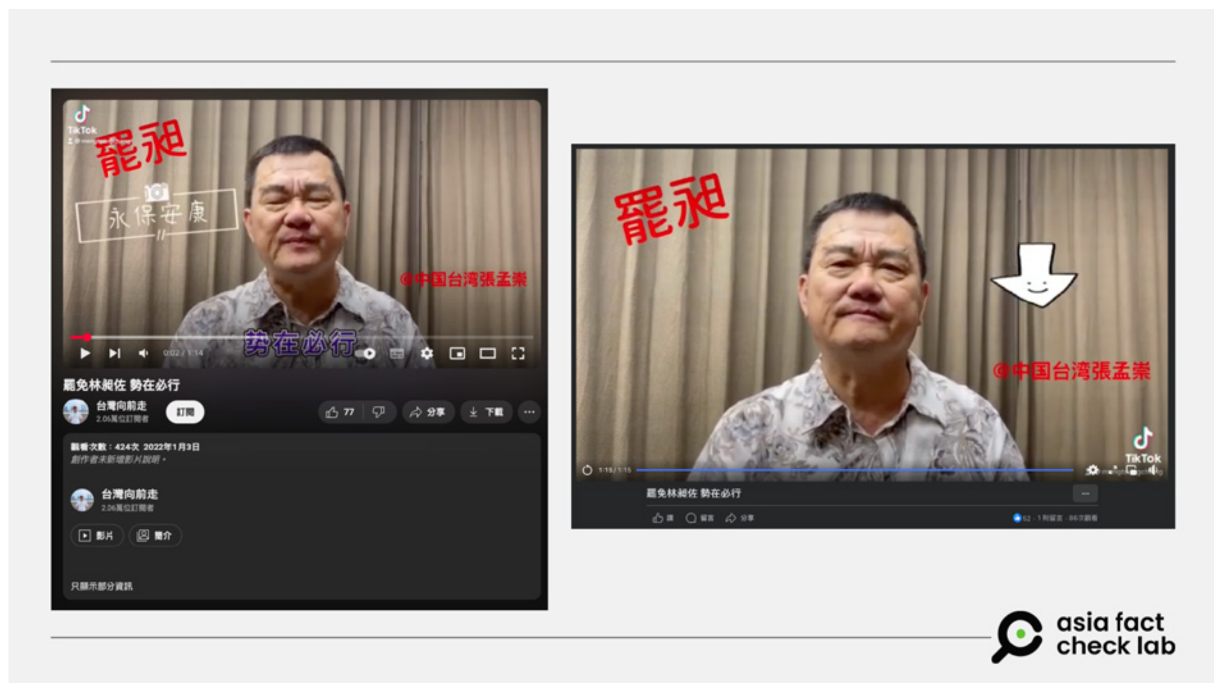
「罷免林昶佐，勢在必行！ 1 月 9 號請中正萬華區的民眾，一起投下罷免林昶佐的票，一個從來沒有到過萬華區的民代，現在要被罷免了，就天天來打卡 .....」

2022 年初，張孟崇在自己的臉書上發布了一則影片。身為中華統一促進黨中央委員、發言人，發布這部影片，看似發表自己的主張。但兩年後，一紙起訴書揭開背後的操作：這是一個藉台灣地方小型媒體、廣播電台實施的統戰宣傳計劃，背後影武者是「福建省廣播影視集團」。

時間回到 2022 年 1 月 3 日下午 3 時 3 分，張孟崇與妻子洪文婷收到來自福建省廣播影視集團卓姓記者的消息：

「今天罵林昶佐」
「罷免林昶佐這條師母先弄出來發在自己的 TikTok 、YouTube、 Facebook 平台上」

隨後在下午 5 時 20 分，身著花襯衫的張孟崇現身佈景前，將對岸捎來的腳本一字不漏的演繹出來。經福建省廣播影視集團新聞評論部審核後，同月 25 日張孟崇傳送妻子的帳戶資料給卓姓記者，報領「工作」費用。



張孟崇發佈在個人社媒平台的短片。截圖自 TikTok

張孟崇是中華統一促進黨黨員，日常工作是在嘉雲、嘉南電台、南方之音等 FM 電台擔任主持人，並經營抖音、TikTok、YouTube 等自媒體頻道。

檢方調查發現，從 2020 年 1 月 15 日到 2023 年 10 月 31 日，張孟崇夫婦以「卓姓記者提供腳本、張孟崇錄製上傳，福建省廣播影視集團新聞評論部審核」的模式，先後操作了「四大公投案」和「林昶佐罷免案」的網路宣傳，福建方面依案支付贊助。光是張孟崇在台灣以銀聯卡提領的贊助金，就達到新台幣 84 萬元。嘉義地檢署檢察官在 2024 年 10 月 25 日起訴了張孟崇和他的妻子洪文婷。這是自 2023 年底的《指傳媒》案之後，另一起中國媒體集團操作台灣統戰宣傳的《反滲透法》案件。

張孟崇案於 2025 年 5 月初召開預備庭，一審剛剛開始，未來如何判決目前難以預測。但他以傳統廣播名嘴的出身，轉而在福建廣播影視集團相關人士的指導下經營融媒體，代表了福建網絡放送對台宣傳的新思路。

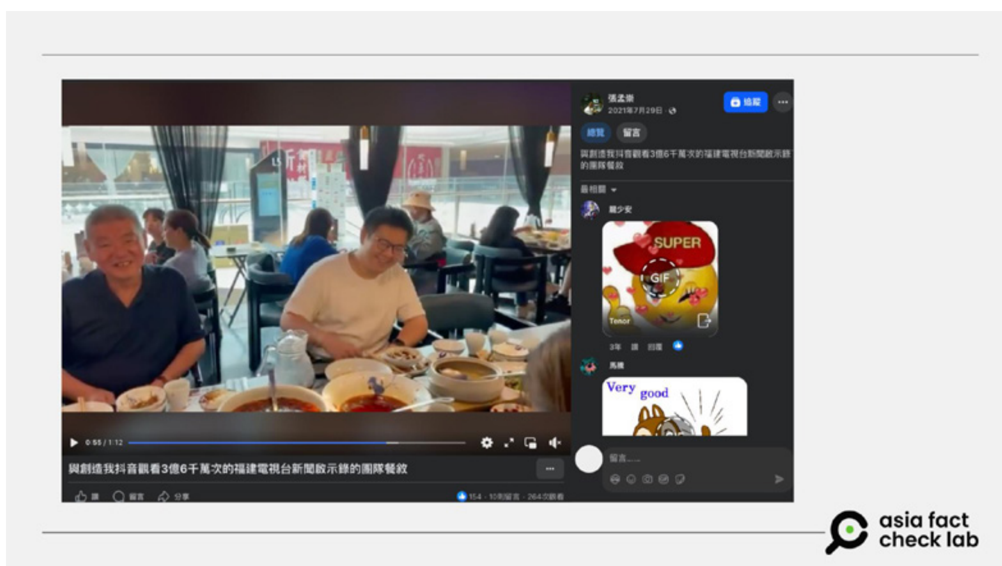
張孟崇成為網紅，「純屬意外」嗎？

「我成為網紅，純屬意外！」張孟崇 2023 年告訴《福建日報》記者，他的爆紅起點是 2022 年他前往上海，隔離期間因為自行錄製短影片評論兩岸時事，沒想到在網路爆紅，被網友稱作「吼叔」，還被福建電視台新聞中心評論部找上，與主播高山合稱「崇高組合」。

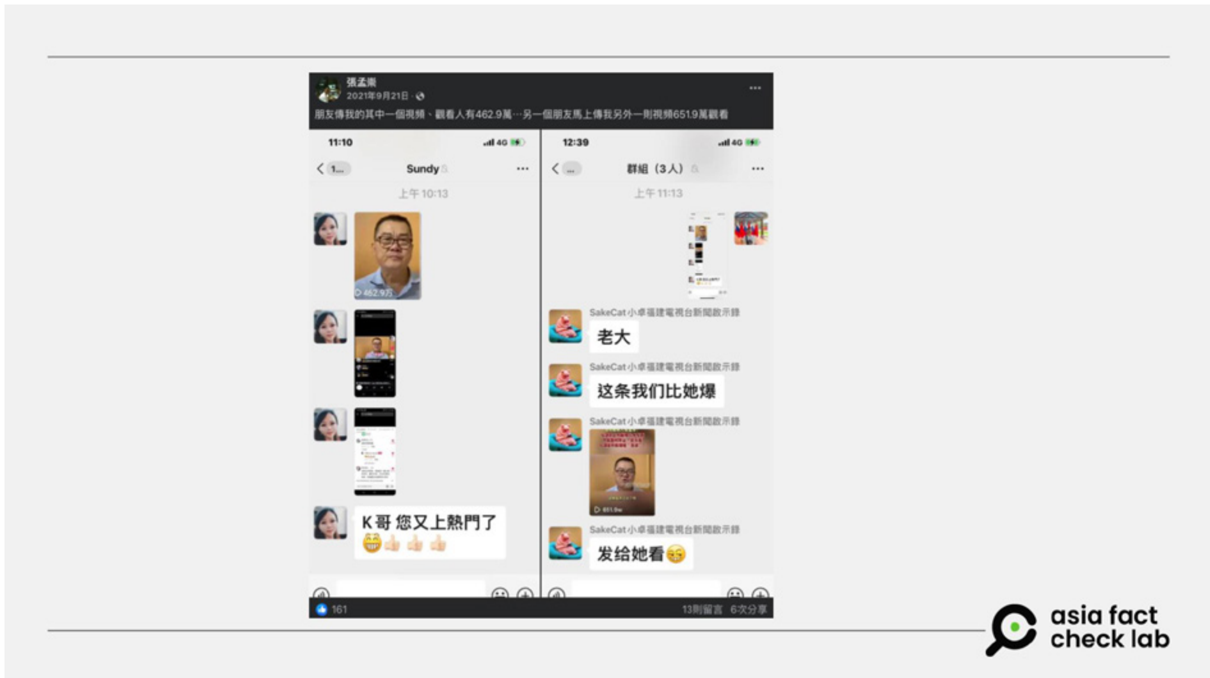
但這可能是張孟崇的單方說法，因為比對台灣檢調單位的文件以及張孟崇的個人臉書後，AFCL 發現，張孟崇與福建廣播影視集團建立聯絡的最早證據為 2021 年；再根據檢察官調查，檯面下的金流更是始於 2020 年。

台灣嘉義地檢署的起訴書中記載，張孟崇的滲透來源是「新聞啟示錄」節目的卓姓記者。「新聞啟示錄」由福建省廣播影視集團融媒體資訊中心製作，福建電視台播出。

2021 年 7 月張孟崇飛往福建與「新聞啟示錄」團隊餐敘，他在 Facebook 貼出了影片並逐一介紹團隊成員，53 秒處，他將鏡頭定格在一名身著白 T 恤的男子說：「這是小卓」，他不避諱的在 Facebook 稱福建電視台「新聞啟示錄」是創造他抖音 3 億 6 千萬次觀看的幕後推手。



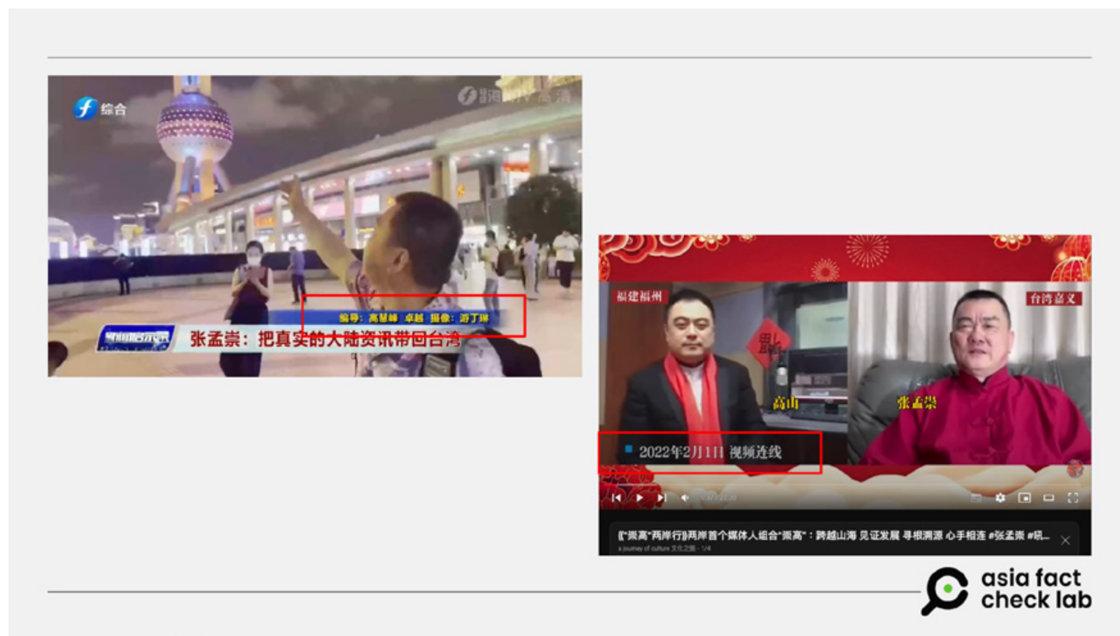
2021 年 9 月，張孟崇在臉書貼出兩張微信對話截圖，帳號「Sundy」祝賀張孟崇影片登上熱門，張孟崇將截圖發給「SakeCat 小卓福建電視台新聞啟示錄」，小卓回道：「老大，這條我們比她爆」並發了一條「新聞啟示錄」的短影音，要張孟崇發給 Sundy 看。兩張圖道出張孟崇這個 IP 彼一時的熱度，也揭露他與「小卓」的合作關係。



「小卓」的身份在起訴書中被隱去，亞洲事實查核實驗室回溯「新聞啟示錄」各期節目，找到 2021 年 11 月 3 日該節目播出的張孟崇專訪，工作人員名單顯示編導有兩人：一位是高慧峰，另一位名叫卓越。

根據檢方證據，2021 年 12 月 13 日張孟崇向福建省廣播影視集團「新聞啟示錄」節目卓姓記者詢問：「我過年後的節目有討論嗎」？卓回應，「你來了，我們就開啟」。張孟崇緊接著問「有薪水嗎？」卓答：「直接問領導，不要問小卓」。

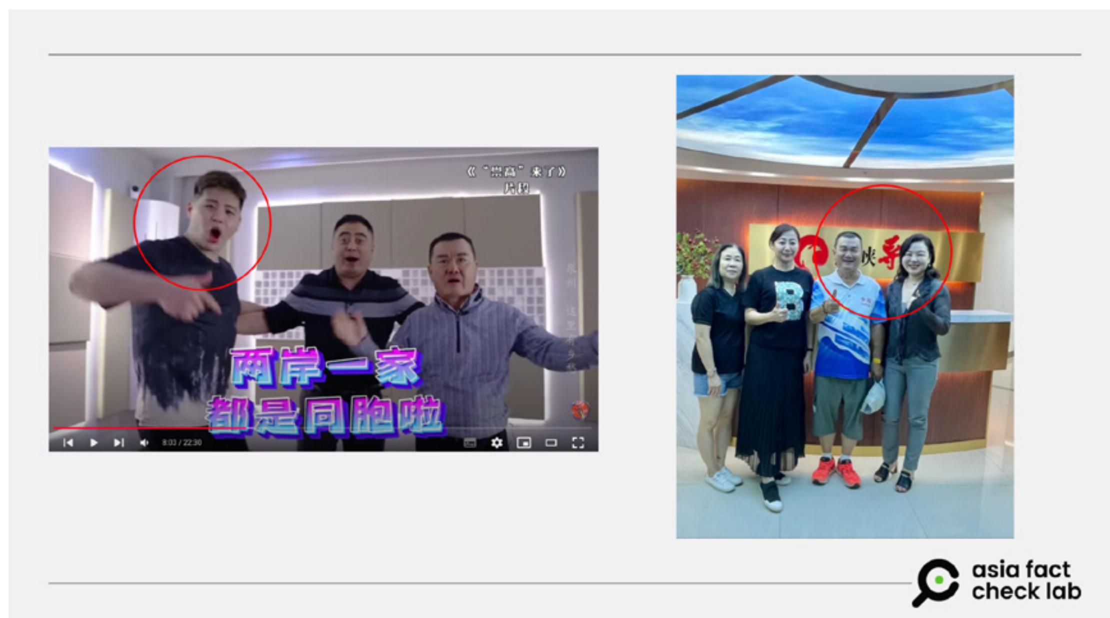
不到 2 個月後的 2022 年 2 月 1 日，張孟崇身穿大紅色唐裝現身螢幕前，與中國福建電視台主播高山視訊連線，作為兩人中國行腳節目「崇高兩岸行」的前導片，此節目亦是由福建省廣播影視集團融媒體資訊中心製作，號稱福建省國際傳播中心的「王牌欄目」，節目旁白直指要破解民進黨當局對祖國的「汙衊抹黑」。



2022 年，張孟崇現身中國福建電視台節目中。圖截取自福建電視台官網

《崇高兩岸行》上線時間，與張孟崇自稱的「爆紅」時間點不謀而合，這是否是張孟崇口中的「節目」？他和影視集團之間有無金錢往來？都有待法庭檢驗。

但根據起訴書，張孟崇與福建廣播影視集團的金錢往來，自 2020 年 1 月持續到 2023 年 10 月，總資助金額為 84 萬。張孟崇與福建廣播影視集團的關係，絕非是他在福建日報專訪中所稱的 2022 年。更別論在檢調的調查中，張孟崇自 2011 年開始就收受中共國台辦的資金，運作其在台灣的廣播節目，「吼叔」在台辦及官媒的運作中絕非陌生之人。



《崇高兩岸行》第一季第一集節目片段。圖截取自該節目官網

在前一篇報導中提及的《海峽導報》社委林靖東，在張孟崇的「工作」中也有角色。

2022 年 8 月，張孟崇拜訪《海峽導報》社委林靖東，他與林靖東在《海峽導報》門面合影後發文寫道：「在《海峽導報》林靖東泡茶、學習網路直播 ...」。由此可以看出，林靖東早在 2022 年他就以「教練」之姿指導台灣親中自媒體人。對福建廣播影視集團而言，出身地方 FM 電台的張孟崇是轉型成功的例子，他的案情讓外界看到福建媒體與台灣自媒體的人流、錢流交錯，建成了一個龐大的輿論水庫，涓滴要滲透台灣。

中共對「地方型網紅」有什麼期待？

政治大學國家發展研究所副教授黃兆年長年研究中國影響力，他分析這些小規模的地方網媒與自媒體對中共對台滲透與資訊操作仍有其意義，「對中國政府來說，就是業績的暗樁」。黃兆年認為，中國官方也知道小媒體、小網紅對台宣傳效果有限，但出席活動有曝光、生產的報導方向正確，這些都是中國官方所需。

黃兆年的觀察，或許解釋了為何中國官媒將小型地方媒體負責人林献元，或者根本只是自媒體經營者的張孟崇也列為滲透對象。黃兆年認為，如果這樣的「基礎工程」持續佈建，在必要時刻說不定有意想不到的對台宣傳效果，就如同指傳媒假民調案意外引發主流媒體甚至政論節目的討論。

至於如何看待福建對台的傳媒集團？陸委會主委邱垂正接受亞洲事實查核實驗室訪問時坦言，「當然它是對台的統戰媒體的前沿基地」。邱垂正舉例，福建廣播影視集團下的談話性節目會大量邀請台灣特定立場人士，配合中國宣傳「疑美」、「疑蔡賴」、「疑軍」，形同「三疑言論」的製作中心，再傳回台灣輿論場。

台灣在 2000 年開放中國媒體申請來台駐點，當時中國中央級媒體如新華社、《人民日報》、央視派出記者駐台。2008 年再開放中國地方性媒體申請來台駐點，為廈門衛視、東南衛視以及《福建日報》社打開入境大門。

但實踐多年後，陸委會主委邱垂正接受 AFCL 訪問時直言，「福建的媒體『肇事率』是比其他（地方）媒體要高很多」。所謂「肇事」，他解釋，陸委會核准中國記者來到台灣的事由是採訪新聞，但不論是各種的特定人物的安排，或者是特定節目的合作，都不屬於陸委會核准記者來台事由。

而在 2024 年底，AFCL 在自由亞洲電台官網發表針對「福建網絡」發表系列調查報導後，台灣陸委會主委邱垂正在 2025 年 1 月 2 日宣布暫停批准《海峽導報》與其所屬《福建日報》報業集團來台駐點。

邱垂正說，《海峽導報》在台涉及與來台目的不符活動，不是從事一般的新聞媒體採訪工作，經過各方面調查，其涉及對台統戰滲透等活動，經過縝密作業，評估海峽導報已經不適合在台進行採訪工作，所以停止其來台駐點。「我們會把名額讓給中國大陸其他的媒體過來」。

4 主流媒體的中共外宣（之一）｜中國市場的滋味

前一篇〈老牌本土媒體如何澆灌出親中敘事？〉的報導開頭，描述了在 2019 年「第四屆兩岸媒體人北京峰會」上，中國政協主席汪洋如何期許「（兩岸）媒體界的朋友們共同努力」，「實現『和平統一』，實現『一國兩制』。」

出席這場典禮的，除了《台灣導報》的林文雄和陳麗櫻外，事實上還有更多台灣主流媒體的經營者和高階主管。例如「旺旺中時集團」董事長蔡衍明、副董事長胡志強、蔡紹中；聯合報系旗下的《經濟日報》社社長黃素娟、副社長翁得元和《聯合報》總編輯范凌嘉等。另外也有來自威盛與宏達電集團的代表徐濤，威盛與宏達電的老闆王雪紅是 TVBS 電視台最大的股東。台灣東森電視台也有高階主管參加。

「兩岸媒體人北京峰會」於 2015 年開辦第一屆，2016、17 年分別舉辦第二、第三屆，直到 19 年的第四屆。台灣方的主辦單位一直是旺旺中時集團。這項會議除了聯誼和一些論壇交流外，也能牽成一些實質的合作。例如在第二屆會議上，兩岸媒體簽署了這些協議：

中天電視台與北京電視台簽署《相關節目交流及合作播出的協議（草案）》

旺中集團與北京歌華文化發展集團簽署《戰略合作協議》

TVBS 電視台與北京電視台簽署《戰略合作框架協議（草案）》

此外，台灣中原廣播公司和北京人民廣播電台簽署了《關於節目交流合作的協議》；北京新媒體公司與台灣中評社簽署《戰略合作協議》。

不管是交流、論壇、峰會，或者簽訂「交流合作」、「戰略合作」等協議，在台灣媒體背後的驅動力，都是競逐中國市場的企圖心。

台灣媒體「尋租」嚴重

台灣媒體從 1990 年 8 月起派出記者赴中國「蹲點採訪」，相對的台灣政府在 2000 年有條件開放中國媒體到台灣駐點。兩岸新聞交流大門打開後，除了新聞採訪，當時多家主流電視、平面媒體集團也對在中國市場經營、獲利有所布局。甚至期待以新聞報導的選材或編審權力換取經濟利益，也就是學界稱為「媒體尋租」（Media Rent-Seeking）的腐敗行為。

在新聞學院中以兩岸媒體實務交流為研究主題的論文並不多，由從業者自己研究撰寫的更少。我們查到了曾任三立電視台記者的楊琇晶，於 2014 年發表了碩士論文《台灣媒體的中國因素—香港經驗參照》；另一位是東森新聞主播吳宇舒，她在 2011 年於台灣大學新聞研究所完成碩士論文《大陸專題性新聞節目的產製分析》。

這兩本論文都提到了製作中國大陸相關節目的電視台以中天、東森、TVBS 為最大宗，因此有「新三台」之稱（「老三台」指在台灣最早創辦的三家電視台：台視、中視、華視）。兩人的論文共訪問數十位記者、媒體主管、政論名嘴等業界人士，分享不少兩岸媒體合作的內幕，也道出合作關係中的不平等。

「媒體尋租」是楊琇晶切入分析的重要角度。她將「媒體尋租」定義為：媒體在發揮監督作用的同時，也掌握了議題設定和輿論導向的權力。但是當這種作為公權力的輿論設定權力，被媒體從業者轉換為能換取廣告費、或任何能獲得利益的行為時，就導致了「媒體尋租」現象。楊琇晶認為，台灣媒體「尋租」的現象嚴重，而且有這種情況的不只是公眾印象裡「親藍」的媒體，也包括「親綠」的電視台，差別只在尋租的方式不同。

老總即時下令，叫停「六四」討論

引進「媒體尋租」的概念，讓公眾更能理解台灣電視台處理中國新聞時的自我審查現象。楊琇晶舉出的例子是在台灣被視為本土意識濃厚、立場較反中的民視與三立，如何以緊縮自身的言論空間以換取其它產品得以在中國市場發行。

2006 年起，民視的戲劇成功「登陸」，隔年三立電視的戲劇也獲准在中國播出，激起本土戲劇進軍中國市場之爭，兩家競爭者也為此付出不少「代價」。楊琇晶觀察兩家親綠電視台在 2010 年至 2014 年間的轉變，其中三立電視台在 2011 年把偶像劇改名為「華劇」（按：為避開「台劇」的名稱）。

至於民視，楊琇晶提到在 2009 年，兩岸以官方名義合作拍攝了第一部電視劇，拿到中國批文第一號的是民視電視台的《神醫大道公》，合作單位是廈門市委宣傳部、廈門廣電集團、北京春天傳媒等，總製作費高達 1.8 億元新台幣。

楊琇晶進一步分析指出，早在 2006 年，民視鄉土劇《世間路》就破天荒首度登上中國中央台戲劇台 (CCTV-8) 播出，原本的台語發音換成京片子，在中國大受歡迎。隔年 2 月，三立電視的鄉土劇《天地有情》也獲准在中國大陸播出。9 月，民視的《意難忘》繼續登陸，之後許多民視簽約藝人 , 還因此取得到中國大陸拍戲發展機會。

楊琇晶指出，連串進入中國市場的代價，是民視、三立等「親綠」的電視台開始迴避中國敏感議題，一個明確指標就是每年六月四日前後對相關議題的報導。統計顯示，從 2009 到 14 年，民視播出的六四新聞從 15 則減為 8 則，2012 年甚至只有 3 則；三立則從 09 年播出 19 則後，之後五年只有 1 到 3 則。

來源		民視			三立		
		國內	外電	共計/則	國內	外電	共計/則
年份	2009	4	11	15	7	12	19
	2010	1	2	3	1	0	1
	2011	5	2	7	1	0	1
	2012	1	2	3	1	2	3
	2013	2	4	6	1	0	1
	2014	2	6	8	0	2	2

引自楊琇晶，《台灣媒體的中國因素—香港經驗參照》

楊琇晶注意到「綠媒」逐漸主動在評論議題上迴避中共敏感議題，除了三立新聞在 2010 年至 2014 年間，對「六四事件」的報導方式明顯轉變。她在論文中訪問的三立電視台員工坦言，在 2014 年發生反對兩岸服貿協議的「太陽花學運」期間，高層曾經下令，新聞必須要避開中共禁忌議題：六四、法輪功和疆獨、台獨議題。

另一個知名的例子是 2012 年總統大選落幕後，三立新聞無預警停播了超過十年的政論節目《大話新聞》。這些舉措，業內盛傳都是基於北京因素。

楊琇晶所舉《大話新聞》的例子，在資深記者鍾年晃的《我的大話人生》一書中有第一手印證。書中揭露，對中國經常持批判立場的節目「大話新聞」，在 2009 年 5 月、6 月間的一集節目中，正討論著時任總統馬英九對「六四事件」的態度轉變時，當下就接到新聞部經理轉達總經理張榮華的關切電話，結果就在下一節立即改換主題。

楊琇晶的研究發現，「除了北京對台灣媒體介入的種種手段外，值得注意的更是台灣媒體已開始從被動到主動，積極想方設法靠攏中共。以往是中國官方想盡辦法置入台灣媒體，現在台灣媒體在中國廣大市場誘因下，主動敞開雙臂、規避台灣法令以接納來自中國的置入與廣告利益。」

經濟換政治，各取所需

「台灣媒體對大陸有經濟需求，大陸政府對台灣媒體則是政治需求大於商業。」吳宇舒的論文一語道破兩岸媒體合作中「各取所需」的面向。

吳宇舒在論文提及，東森是最早著眼大陸市場的台灣電視台：2000 年開始於北京上海駐點採訪，2001 年起積極與中國中央電視台合作製播新聞與節目，2002 年開播東森亞洲衛視，率先落地港澳。中天由旺旺集團接手之後，循著東森模式西進，TVBS 也開始尋求兩岸媒體合作，顯然拓展大陸市場是當時台灣有線電視台營運的趨勢。

吳宇舒以東森新聞台「哈囉中國」節目為個案，分析大陸專題性新聞節目的產製。她指出這類節目以商業趨勢、美食等題材為主，避談政治，收視表現並沒有很好，而是靠著節目帶來的大陸業務收益，延長了節目壽命；也因此，團隊多少需要幫忙公司拉攏大陸關係，有時可讓採訪任務更容易達成，但也有些必定要提及的題材，限制了記者製作的自由。

楊琇晶的論文則提到了中國大陸流行文化藉著遠低於市場的價格強力輸入台灣頻道的現象，舉出的例子是 2013 年的流行音樂節目「我是歌手」。當時台灣的東森、中天、TVBS 新聞台以新聞之名而行轉播娛樂節目之實，在總決賽當天大篇幅報導，甚至直播。

楊琇晶說，中國大陸影視節目向外輸出更具侵略性，把出售給台灣的版權費壓到最低，例如上海東方衛視的「中國夢之聲」，以每集 10 萬新台幣賣給 TVBS，湖南衛視「我是歌手」同樣一集 10 萬元賣給東森，浙江衛視的「中國好聲音 2」也以 10 萬元版權價格賣給中天。對岸低價輸出的結果，是「（台灣）電視台要盈利之下的最佳選擇間接也消弭了台灣本土文化……舞台上兩岸一家親，中共以市場擴張達成統戰目的。」

聯合報系如何在中國落地發行

平面媒體集團開發中國市場的腳步不遜於電視台。本篇開頭提到的 2019 年的媒體高峰會，《聯合報》系也有六名主管參加。《聯合報》創立於 1951 年，在台灣與《中國時報》、《自由時報》並稱「三大報」。《聯合報》集團一直對於在中國落地發行，開展業務有相當的期待，最具體的成果是 2006 年 4 月起獲得中國國台辦「特批」，能夠在中國印報、發行，當時稱為「台商報」。

《聯合報》系前員工孫明（化名）接受了 AFCL 的訪問。綜合媒體報導及孫明透露，聯合報系當時獲得中國國台辦特許，由中共廣東省委報刊南方日報的印刷廠代印報紙，在大陸發行。在中國發行的報紙只有一、兩個版面刊登華東或華南的台商新聞， 一般俗稱「台商版」，其它的版面與在台灣發行的報紙相同，哪怕內含中共官方的敏感新聞，都不另做「處理」。但也因為如此，在中國發行的《聯合報》不能公開上架販售，必須以不透光的袋子包裝，並限制台商、台灣人和部分涉台政府機構才能訂閱。

孫明說，當年到大陸發展是出於中共方面主動邀請，希望能找到立場上不那麼反對中共的媒體，提供在中國市場發展的機會。當然，受訪者強調，這是他個人的總結和體會，並沒有白紙黑字的文件載明這樣的動機。

孫明告訴我們，《聯合報》在中國設有華東和華南兩個辦事處。到中國發展的商機，主要來自於廣告、發行報份和其它例如置入行銷的收入，例如某個地區的產業巡禮、經濟特區、旅遊資訊，或者兩岸主題論壇等等。「這種將廣告置入內容的做法，那時在台灣已經做得很多，現在就是把它們搬到大陸去做。事實上，這樣的 business model （商業模式）還是我們教他們的，最後雙方討論之後成型」。

即使獲得種種特殊待遇，但孫明形容，「他們（中國政府）是開了門，但門後還有一道一道的牆」，例如訂戶的名單要每月送到中國相關部門，誰在訂、看聯合報，政府都要掌握。也不能公開發行，要特別送給訂戶，外表還要套上不透明的袋子。

孫明透露，當時確實也有台辦官員在台灣選舉的政治敏感期間，拿出一篇文章要求「照登」，但據他了解，後來是拒絕了。另一起令孫明印象深刻的事件，是有一次他接到中國某地台商的電話，提供了某次抗議騷亂事件的現場情況。孫明回報相關新聞主管時，對方連忙表示「不要說這個」、「電話裡不要說這個」……隨即就掛了電話，之後相關訊息也沒有刊出。

但《聯合報》系在2009、2010年前後逐漸撤離中國。孫明認為主要原因是網路媒體已經興起，紙本報紙的需求不再；再者，在中國發展的台商也逐漸減少。但最重要的，還是中國對新聞採寫、發行上的諸多限制。

即使限制重重，但《聯合報》系獲得的待遇看在競爭者「旺中集團」眼中，依然是前所未有的優待，曾經撰文批評「對岸量身訂作規定，唯一特權讓同業稱奇」。

從「余中時」到「蔡旺中」

美國知名的人權組織「自由之家」（Freedom House）曾出版《2022 年北京全球媒體影響力報告》，其中指出中國官媒在台灣傳播內容的主要途徑似乎有所拓展，包括業配廣告、聯合製作、內容共享協議、培養親中內容的台灣媒體，以及透過招待記者公費參訪、網紅培訓來培養對中國友好的聲音。

在「培養親中內容的台灣媒體」部分，自由之家的報告點名了蔡衍明的旺中集團，以及在2015 年至 2016 年透過投資公司買下 TVBS 逾半數股份的宏達電董事長王雪紅。但報告認為，「TVBS 受北京的影響不如旺中集團嚴重」。

被「自由之家」點名的「旺旺中時媒體集團」，它的核心事業《中國時報》由具國民黨中常委身份的余紀忠於 1950 年創辦，之後陸續成立《工商時報》、《中時電子報》等。2002 年，

經營者將中天電視納入旗下，2006 年再買下台灣的「中國電視公司」，成為同時擁有報業、有線電視、無線電視的跨媒體集團。2008 年，余紀忠家族因不堪虧損而出售集團，最終由食品商人蔡衍明買下，入主經營。

蔡衍明接手後改名「旺旺中時媒體集團」（簡稱旺中），他提出「唱旺台灣、旺旺中國人」為媒體經營目標，期勉旺旺媒體人以增進兩岸和諧、構築民間溝通橋樑自許，共同構建出全球華人世界的最大媒體平台。除了原有的報紙外，蔡衍明也新創立了《旺報》。

蔡衍明還未接手媒體前，言談就帶有濃厚的親中色彩，出掌媒體集團後，一來讓媒體界及傳播學者擔心新聞壟斷與媒體集中化，更質疑蔡衍明在中國的政商關係可能會讓中國政府控制台灣媒體。正當外界質疑不斷，蔡衍明接連在兩岸事務上傳出爭議言行，以下是著名的兩個例子：

2009 年，台灣《天下雜誌》一篇報導，揭露蔡衍明買下旺中集團後，曾經向時任國台辦主任王毅「報告」自己買下了中時。

2012 年，蔡衍明接受《華盛頓郵報》專訪，發表「六四天安門事件並沒有死那麼多人」、「期待統一」等言論，引民運人士不滿，發起「拒絕中時運動」，蔡衍明則駁斥《華郵》報導「斷章取義」；同年，多個民間團體發起「反媒體壟斷運動」，提出「拒看與拒買旺中集團媒體」。

蔡衍明對兩岸關係的主張直接且強力貫注到集團內，帶動幹部策畫開展中國業務。清華大學社會學研究所碩士生李嘉艾在 2015 年發表論文《台灣媒體生產政治中的中國因素與獨裁者邏輯： 以 C 集團為例》，「C 集團」是論文中對旺中集團的指代稱呼。

李嘉艾的論文紀錄了大量化名內部員工的訪談。談到蔡衍明的影響，論文引述受訪員工表示：

「（蔡衍明）慢慢地想要加入個人的喜好，開始向總編輯等管理階層提出建議，企圖左右新聞議題的選擇;管理階層往往會朝向老闆的意思去做……同時，《C 報》（按:指《中國時報》）開始出現來自中國省市政府的新聞置入……」。

蔡衍明同時也開始改組內部，「讓大陸新聞中心形成一個『業編採合一』且相對獨立的部門，有利置入性行銷業務的發展，並且成立 W 報（按：指《旺報》），專攻兩岸三地新聞，長期和中國報紙媒體進行新聞業務的合作。」

「依現行法規，中國媒體和台灣媒體均無法在各自的彼岸一端落地，透過免費的版面交換，W 報是中國媒體實質在台灣落地的媒介。舉例來說，W 報和《黑龍江經濟報》簽署協議，假設協議規定禮拜一出刊，W 報禮拜一會刊登黑龍江經濟報禮拜日的新聞版面。相同地，黑龍江經濟報也會刊登 W 報的某一版新聞；或者是以增加版面的方式加強報導。」

「版面交換，促成 W 報在當地的實質影響力，一方面是政治性的，不只中國紙媒進行版面合作以達到實際落地的市場，中國對台機構、許多台商也跟進，固定訂閱 W 報……促成更大的商業利益，例如置入性廣告，論壇、徵文、獎項等活動的共同舉辦，藉由生意和活動建立的人際往來。」

描繪中國「魅力城市」

循著關鍵字，AFCL 在網路上搜尋發現 2012 年 11 至 12 月，旺中集團與中國之間，名為「魅力城市」的編業合作項目。這項個案包括陝西省的西安及寶雞兩座城市。在西安的結案報告指出，為了促進兩岸旅遊、文化和經貿間的交流，旺中集團組織跨媒體採訪團針對西安特色進行專題報導。參與媒體包含中國電視、《中國時報》、《旺報》、《時報週刊》以及中時電子報，預估受眾約 1,000 萬人。

媒體	中國時報	中國電視	旺報旅遊周報	時報周刊	中時電子報 魅力城市特輯
對象	政治財經人士 300萬人	對大陸感興 趣旅遊群眾	投資經貿 旅遊人口 200萬人	投資經貿 旅遊人口 150萬人	一般閱讀網民 100萬人次/日
內容	西安市旅遊人文 經貿發展	西安市旅遊 人文	西安市旅遊人文 經貿發展	西安市城市建 設、旅遊特色	西安市旅遊人文 經貿發展
頻度	4個全版報導	一集重播 一次	7個全版	3個全版	專區半年
時間	2012.12.29	2012.12.25	2012.12.29	2012.12.29- 2013.01.03	2012.12.25- 2013.6.25

asia fact check lab

旺中媒體集團 2012 年魅力城市系列專題，「西安市」的執行成果報告。資料來源：《旺中「魅力城市」結案報告》。AFCL 製圖

該專案結案報告裡特別「感謝」多個中國官方機構，包含西安市委、西安市人民政府、西安人民台辦及旅遊局等，雖無提及對價關係，但和中國的媒體合作卻已展露無遺。


魅力 西安 CHARMING XIAN

成果說明

- 2012年11月23日-11月29日臺灣旺旺中時媒體集團，魅力城市媒體採訪團，圓滿完成為期7天，在西安的採訪任務。
- 為了兩岸旅遊、文化和經貿的交流，旺旺中時媒體集團組織跨媒體採訪團針對西安的特色進行專題策畫，加強推廣旅遊經貿並促進雙邊交流。
- 為報紙、電視、雜誌、網絡等各種不同的媒體特色，創造議題並透過這些不同的媒體傳播平台，傳遞給臺灣各種不同層面的民眾。
- 涵蓋18-60歲各種不同階層的人群，約1000萬人次，兼顧深度及廣度雙重效果。
- 此次採訪活動得到了西安市委、西安市人民政府、西安市人民政府臺灣事務辦公室、西安市旅遊局等各單位的鼎力協助與支持，期待藉由此次良好的合作基礎，開展雙方更多長遠的互動交流。

CHARMING XIAN

特別感謝單位

CHARMING XIAN

陝西省臺灣事務辦公室

西安市委、市政府

西安市宣傳部外宣辦

西安市旅遊局

西安市臺灣事務辦公室

CHARMING XIAN

旺中與中國合作的「魅力城市」專題中，西安市的執行成果說明。其特別感謝單位包含陝西國台辦和西安市政府等中國官方單位。圖截取自「魅力西安」成果說明

李嘉艾的論文也提到了「魅力城市」這個企畫。論文中描述了中國路線的記者執行企畫時，專業蒙羞的感受：

「記者每寫一篇約可拿四千至五千元的獎金，其他新聞如果是記者自己拉的業務，金額更高。訪談過程中，有記者透露自身對於置入性行銷的反省、無奈及厭惡，其中一部分原因來自記者寫置入性行銷也拿了一份好處，因此沒有資格也不願意談論相關經驗。」

「收錢寫新聞的道德爭議，造成記者內心對既有職業文化與專業認同的強烈衝突，新聞工作價值也被廉價地抹平。置入性行銷新聞需要掛名的報社政策，又使記者直接地感受收買新聞的羞恥感。集團利用少許的分紅獎金、靠忠誠換取的工作保障這兩個機制，形塑記者心理上的共犯利益結構，被迫配合報社政策，產製置入性行銷新聞和政治紅線內的新聞。」

中天來賓要先簽署「無色覺醒十大主張」

旺中集團內的中天、中視兩家電視台的新聞、節目製作走向，也因為蔡衍明的影響，爭議不斷。

2018 年台灣地方選舉期間，台灣國家通訊傳播委員會（NCC）接到多起針對中天的檢舉，認為他們製播選舉新聞內容偏頗、失衡。根據 NCC 統計，中天新聞台在六年執照效期內，違規共 25 件，集中在 2018 年至 2020 年間，其中以「違反事實查證」件數最多。

在中天多次違規紀錄中，政論節目「大政治大爆卦」被 NCC 重罰 100 萬，當時創下裁罰單一個案最高金額。該節目在 2019 年 3 月播出「大陸不買了，柚農陳大哥：文旦丟在水庫超過 200 萬噸」標題，經審議認為違反事實查證原則，損害公共利益。

「大政治大爆卦」在 2020 年中天換照大限之前已停播，但節目中常出現的「無色覺醒十大主張」令人印象深刻，也讓人看到蔡衍明如何將他對兩岸關係的觀點與主張，注入政論節目。AFCL 採訪了兩位當時在中天任職的員工，以王明、陳宏化名代稱。

王明告訴我們，大約在 2018 年 5 月開始，蔡衍明要求政論節目來賓需要簽署「無色覺醒十大主張」，該主張第一條便是「認同兩岸一家親，同根同源，台灣人就是中國人」。王明說，從那時開始，該節目越來越難約到願意上通告的來賓，因為過去即使是與中天立場相近的國民黨民代，也會「選腳本」來避免過度偏激的言論。但蔡衍明要求來賓「表忠」，便踩到了許多來賓的底線。

現今在中天及對岸政論頗受歡迎的名嘴賴岳謙，當時率先在節目上公開簽署「十大主張」，但王明告訴我們，其實來賓私下簽署就可以繼續上節目。從此之後，節目敲定來賓的標準，也從原本的看收視率好壞，變為他是否願簽署「十大主張」來決定。

蔡衍明還會顯著干預節目腳本，王明回想過去在節目即將播出前，編輯檯便會收到來電要求將原先預定播出的內容改為與中國外宣相近內容，電話的另一頭便是蔡衍明。至於中國有沒有直接伸手干預中天營運，王明和陳宏都認為沒有，原因並不是中天內部有防火牆，而是「蔡衍明就已經是親中的存在」。

中天換照失敗，強迫轉型

2020 年，「旺中集團」旗下中天新聞台申請換發衛星廣播頻道執照，國家通訊傳播委員會（NCC）決議不予換照，退出有線電視第 52 台頻道。換照未過，中天新聞不得不由頻道轉向網路，但這也提供了一個主流新聞台轉型網媒經營案例，其中包括疑似中共外宣的資訊，如何在轉型之間滲入、發送和傳播。

台灣電視台產製的節目，無論在有線或無線頻道播送，都受到現行法律的規管，特別是定期換發執照，對於保持內容品質、防止極端意見，甚至維護兒少身心健康，都是極重要的約束力量。但網路時代興起，傳統電視台不只將頻道內容搬上網路，也開始製作網路原生節目。

而「一上網路，尺度大開」的問題愈發嚴重，也為中共外宣進入台灣打開了破口，「中天電視」向台灣社會展示了典型的案例，也帶來了法規欠缺和監管漏洞的新問題。我們將在接下來的章節中討論這些主題。

5 主流媒體的中共外宣（之二）｜對台統戰節目，Made In Taiwan？

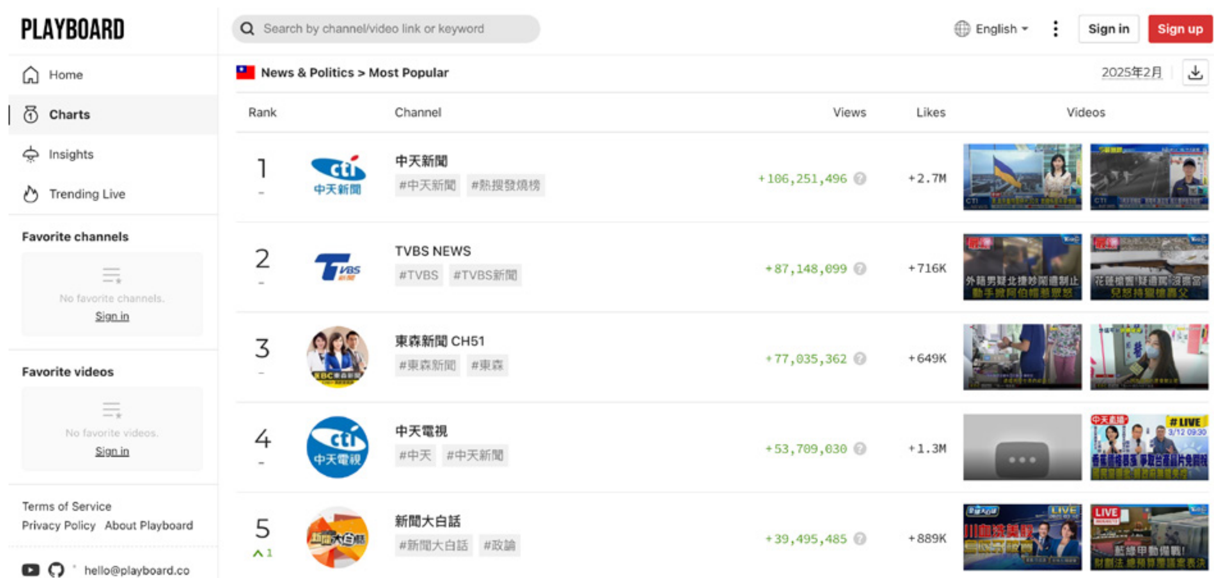
2020 年 12 月 11 日近凌晨時分，中天民權東路大樓的大廳成了即時轉播的現場，身穿藍色外套的員工站滿階梯，舉起打開燈光的手機，齊聲合唱，為頻道下架的時刻留下紀念影像。最後時刻，主持人不停提醒觀眾上 YouTube 網站，「按讚、分享、打開小鈴鐺」。

旺中集團老闆蔡衍明在現場手持麥克風，高聲宣示：「我們現在轉到新媒體，……一定會慢慢慢慢做得愈來愈好。」

12 日清晨零點，中天新聞台從有線電視 52 頻道下架，YouTube 上「24 小時不斷電直播」的時代開始。

2021 年 5 月，《數位時代》盤點了中天電視的成績：YouTube 頻道訂閱人數達 249 萬，是所有新聞台 YouTube 頻道中訂閱數之最，累積的觀眾贊助金額也是全台最高。在報導也總結了中天為新戰場做出的三大轉變：主播變網紅、新聞娛樂化、經營會員經濟。

時至今日已然五年，中天表現依舊亮眼。根據 YouTube 流量統計網站「PlayBoard」2025 年 2 月的數據，在台灣的新聞類頻道之中，中天新聞的總觀看數最高，其次依序為 TVBS 新聞、東森新聞、中天電視，以及 TVBS 的政論節目「新聞大白話」。



根據 YouTube 流量統計網站「PlayBoard」2025 年 2 月的數據，在台灣的新聞類頻道之中，中天新聞的總觀看數最高。PlayBoard 截圖

網路上的中天電視擁有多個「精選頻道」，以不同主題經營分眾。亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）在 2025 年 3 月檢視了中天電視的主站，它建立了 21 個精選頻道，其中訂閱數超過 200 萬的有「中天新聞」，超過 100 萬的有「全球大視野」、「頭條開講」和「我愛貓大」，50 萬到 100 萬的有「新聞龍捲風」、「大新聞大爆卦」、「我愛小明星大跟班」、「娛樂頻道」。可以發現，除了娛樂頻道，政治和時事仍然是中天電視台的主戰場。

轉戰網路的中天電視不再受廣電相關法律管轄，也不再有換發執照的顧慮。節目內容因而尺度大開：有主播跳螃蟹舞、直播吃火鍋，資深主播周玉琴也因角色扮演而人氣大漲。

另一名女主播張卉林則變身「辮子妹」，以設定議題，市區街訪的風格逐漸發展成網路媒體品牌，不僅在中天頻道播放，也常登上隸屬同集團《中時新聞網》報導。有時也獲得中國官媒引述。

例如香港《中通社》2024 年 8 月報導台灣某高中發放「青年服勤同意書」，稱「台媒『辮子妹街訪』」在街上採訪高中生，幾乎所有學生都表示不會簽，並喊賴清德的兒子抓回來打仗。「辮子妹」的街訪內容，也經常被剪成短影音，搬運到在抖音擁有 2 千多萬粉絲的「台海時刻」上，這是海峽衛視《今日海峽》的官方抖音號。

中天電視也邀約名嘴、網紅開節目相互拉抬，包括網路聲量相當高的前立委郭正亮、蔡正元就經常現身中天政論節目。以政治評論走紅網路的「柳傑克」、「歷史哥」等人，也名列「中天朋友圈」主持人，「中天朋友圈」也是中天電視在網路上經營的分眾頻道之一，集結「志同道合」好友的作品。

「同聲相應」的網路生態

AFCL 曾發表專文揭露台灣網紅在同一時段訪問新疆的現象，其中一部影片裡，製拍者是網紅「寒國人」，影片主角是評論員賴岳謙和他的妻子 — 中天主播周玉琴。一行人暢遊影片內容除了呈現烏魯木齊市區的繁榮外，也回擊台灣或西方媒體稱的「維族人遭強迫勞動」的說法不是事實。

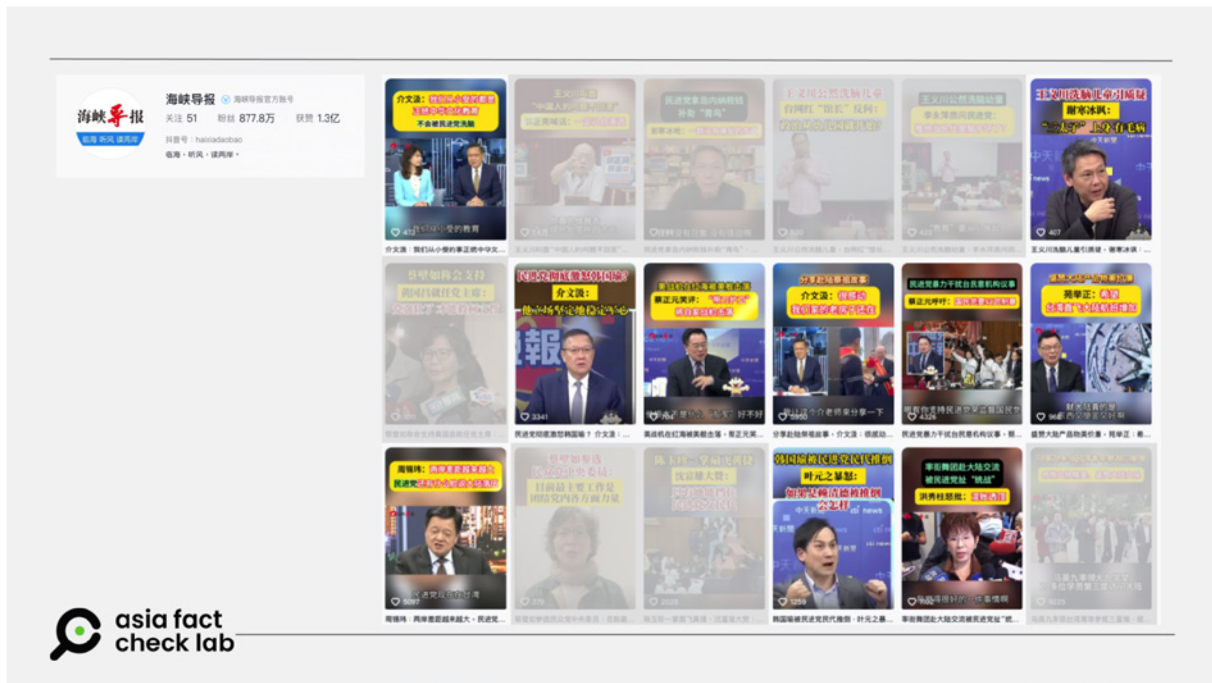
這一部影片在中天電視、「賴岳謙官方」、「寒國人」等多個網路頻道發送之外，也有中國媒體報導，或是轉發賴岳謙遊新疆的談話內容。

美國奧克蘭大學（Oakland University）新聞系副教授蘇巧寧指出，儘管單個帳號傳播「網紅新疆遊」影音的影響力有限，但經過算法助推、主流媒體的放大，仍然會有影響輿論的作用。中天主播張卉林的「辮子妹街訪」，也是另一個「放大效應」的例子。

「網紅新疆遊」呈現的另一個現象，是媒體和意見領袖儘管媒體屬性不同，但在相同議題和意識型態的催化下，會以群聚或互相拉抬，甚至可能共享製作或宣傳資源。

福建網絡大量剪輯台灣媒體

《海峽導報》對台的報導，更是緊貼台灣親中媒體。攤開《海峽導報》旗下經營的影音平台，大量剪輯中天、中視、TVBS 等台灣媒體政論節目評論員畫面，搭配新聞時事製作成新聞片，當中不乏錯假資訊。



《海峽導報》的影音平台上，相當一部分內容（圖中高亮處）來自台灣中天電視台的內容。本圖取自抖音，遮蔽效果由 AFCL 製作

不過隨著中天關台，內容轉往網路空間，跳開了 NCC 的管制，台灣名嘴發言更加尺度大開，「兩個衛視」與台灣的合作也更為緊密。其中「台海時刻」將郭正亮、賴岳謙、侯漢廷等知名親中網紅打造成一個又一個 IP，更推出網路限定節目《寶島，報到！》，這些片段都以繁體中文呈現，明確針對台灣受眾。AFCL 發現，中天 2 台有不少影片直接剪輯《寶島，報到！》內容，僅更換合成背景、重新壓上字幕並微調畫面佈局就播出。



中天 2 台剪輯《寶島，報到！》節目內容播出。YouTube 截圖

而背後的主導其實就是福建省廣播影視集團。根據 2024 推薦會的新聞稿，影視集團的 2024 年度目標就是打造「台海資訊矩陣」，其中《寶島，報到！》正是矩陣的一環。在 2024 年的海峽論壇上，海峽衛視更以「反獨促融 旗艦戰隊」自稱，而福建廣播影視集團正是海峽論壇背後的主要承辦單位。

「合製」紅色政論

在中天電視眾多網路頻道與節目之中，「中天亞洲台」的節目《報告！我有話要說》特別引起我們的注意，因為經比對節目內容後，發現它與中國官媒製作的節目《寶島，報到！》高度相似。

《寶島，報到！》是 YouTube 上「台海時刻官方頻道」的一個欄目，相關內容常被剪成一部約一分鐘的短影音，收錄在「今日海峽」的臉書粉絲專頁上，這個專頁有 390 萬位追蹤者。「台海時刻官方頻道」和「今日海峽」都是《海峽衛視》的帳號，隸屬「福建省廣播影視集團」，也就是「福建網絡」的一部分。

依照中國網路公開資料的描述，2019 年 4 月開播的《寶島，報到！》是「由兩岸新聞團隊共同打造」的台海新聞資訊類原創節目，「借嘴發聲」，邀請台灣泛藍「意見領袖」擔任特約評論員，增強對台傳播的實效。根據福建省廣播電視局節目新聞稿，這個節目曾獲評為「2021 年度福建省廣播電視媒體融合典型案例」，被推薦上報中國國家廣電總局表揚。



根據網路公開資料，《寶島，報到！》是「由兩岸新聞團隊共同打造」。百度截圖

AFCL 自 2024 年 11 月至 2025 年 1 月密集監看《寶島，報到！》的節目，經常登場的評論員包括侯漢廷、游梓翔、蔡正元等，他們談論主題隨著新聞時事發展而不同，但內容大多圍繞著被稱為「三疑」—「疑美（國）」、「疑賴（清德政府）」、「疑（台）軍」的言論，相對地高調宣揚中國的政策，有時甚至大讚中國製產品。

牽涉到台灣政治時，這些台灣評論人完全依照中國規定的詞彙，例如稱台灣外交部長為「外事部門負責人」，國安局為「安全部門」。侯漢廷甚至還曾在一集節目中說道：「如果兩國做伙伴，求同存異，中美關系就能夠取得長足發展。如果把對方當對手，惡性競爭，中美關系就會遭遇波折甚至倒退。中美合則兩利，鬥則俱傷。」

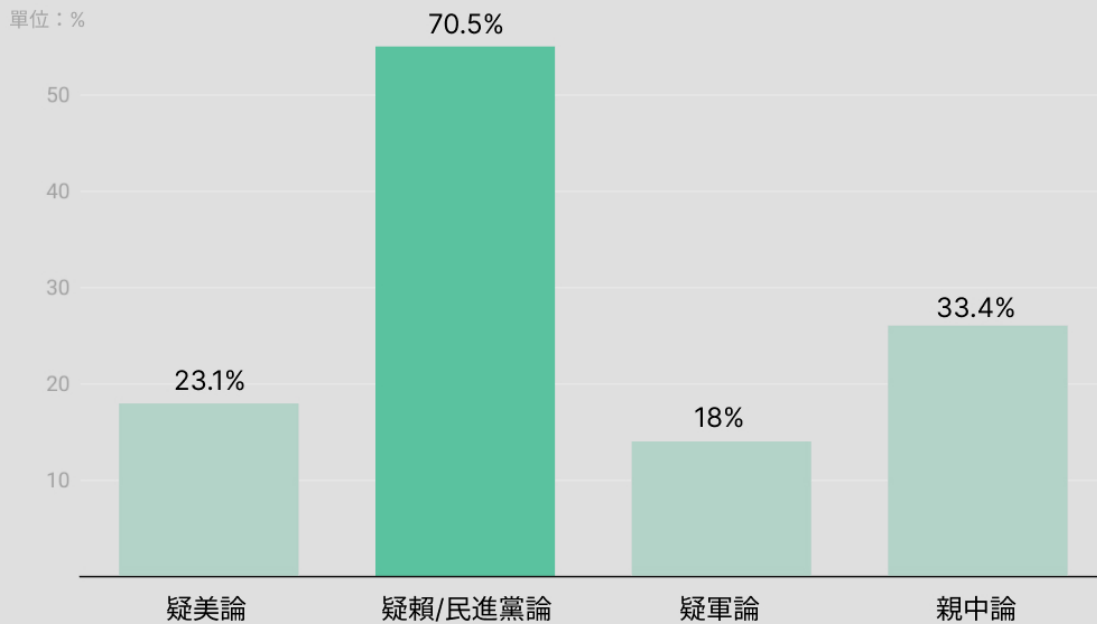
查對這句話後發現，這是來自中共總書記習近平的一段講話，一字不漏。

《寶島，報到！》「三疑言論」的量化分析

AFCL 進一步試著對《寶島，報到！》的「三疑」言論進行量化分析。我們抓取了 2024 年 10 月 16 日至 2025 年 1 月 22 日台海時刻 YouTube 頻道的《寶島，報到！》播放清單中，標題符合「三疑」言論關鍵字（註）的共 78 則影音，再以「疑美」、「疑賴清德／民進黨」、「疑軍」、「親中」共 4 個類別進行人工標註，每則影音可有複數種標記。

希望藉此歸納出「借嘴發聲」的中共官媒，「用了誰的嘴」、「談了哪些議題」、「獲得怎樣的迴響」。

《寶島，報到！》三疑言論影片
疑賴清德與民進黨達7成



1. 資料範圍設定在2024/10/16-2025/1/22間，符合三疑言論關鍵字共78則影片。以疑美、疑賴清德/民進黨、疑軍、親中共4個類別進行人工標註，每則影片可有複數種標記。
2. 三疑言論關鍵字包含：賴清德、美國、中國、民進黨、綠營、解放軍、台積電、大陸、川普、特朗普、拜登、超美、盟友、科技、美軍、無人機、軍事、潛艇、台獨、疑美、關稅貿易報告、台海、坦克、戰車、艦、戰機、志願役

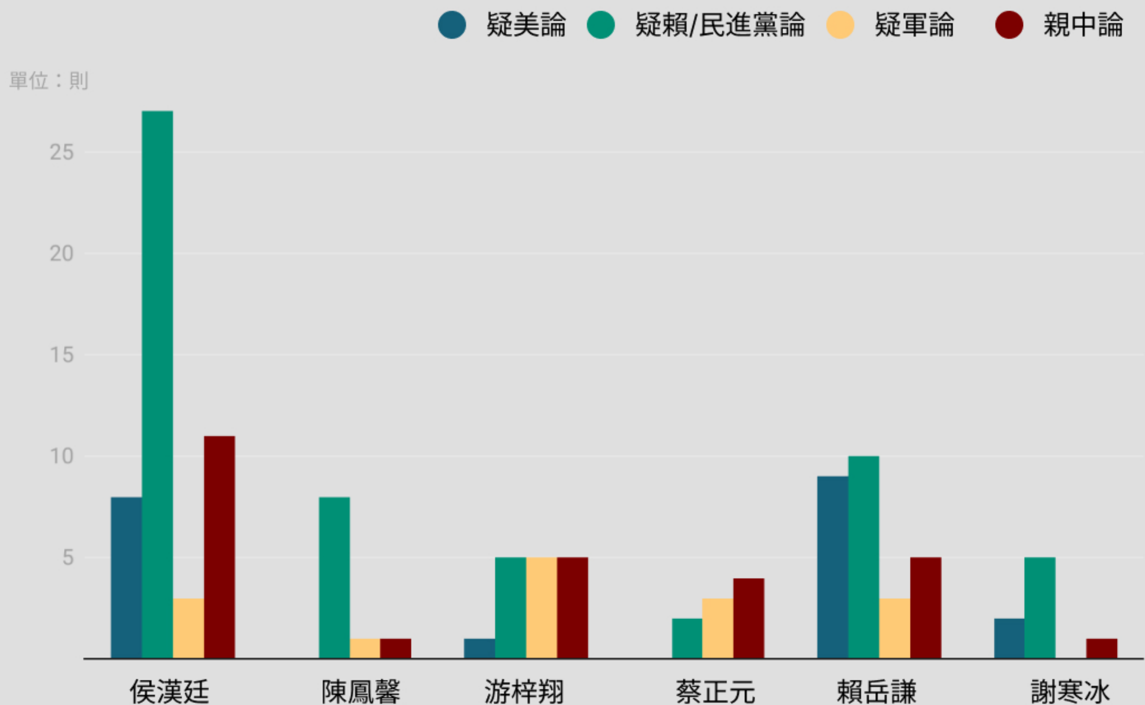
資料來源：台海時刻Youtube頻道
製表時間：2025/03/24



資料比對結果顯示，《寶島，報到！》在 2024 年 10 月至 2025 年 1 月這段時間內，最常發表「三疑」言論的台灣名嘴為：侯漢廷、游梓翔、蔡正元、謝寒冰、賴岳謙以及陳鳳馨。

在「三疑」之中，名嘴集中火力質疑賴清德與民進黨執政能力，7 成言論都屬於「疑賴 / 民進黨」。標題一共出現 16 次「賴清德」、7 次「民進黨」以及 5 次「台獨」。最常見的論述為綠營阻擋兩岸交流，以及謀獨引戰。

侯漢廷出現頻率高 最常操作疑賴論



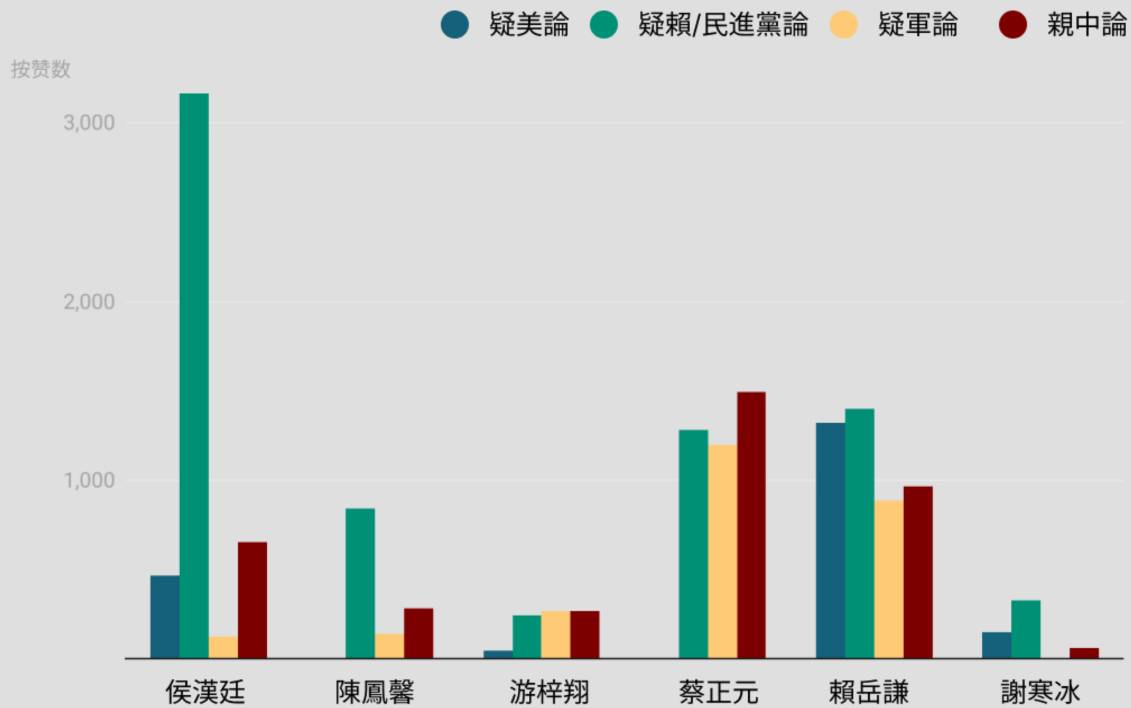
1. 資料範圍設定在2024/10/16-2025/1/22間，符合三疑言論關鍵字共78則影片。以疑美、疑賴清德/民進黨、疑軍、親中共4個類別進行人工標註，每則影片可有複數種標記。
2. 三疑言論關鍵字包含：賴清德、美國、中國、民進黨、綠營、解放軍、台積電、大陸、川普、特朗普、拜登、超美、盟友、科技、美軍、無人機、軍事、潛艇、台獨、疑美、關稅貿易報告、台海、坦克、戰車、艦、戰機、志願役

資料來源：台海時刻Youtube頻道
製表時間：2025/03/24



綜合比對 78 則影音的獲讚數以及留言數，台灣名嘴的表現其實有顯著差異，侯漢廷可說是《寶島，報到！》最常放送「疑賴論」的評論員，光是他一人就有 27 則影音與「疑賴論」有關，總計的按讚數超過 3000 次，評論數也是 6 位名嘴在 4 種議題類別中唯一達到 100 則。

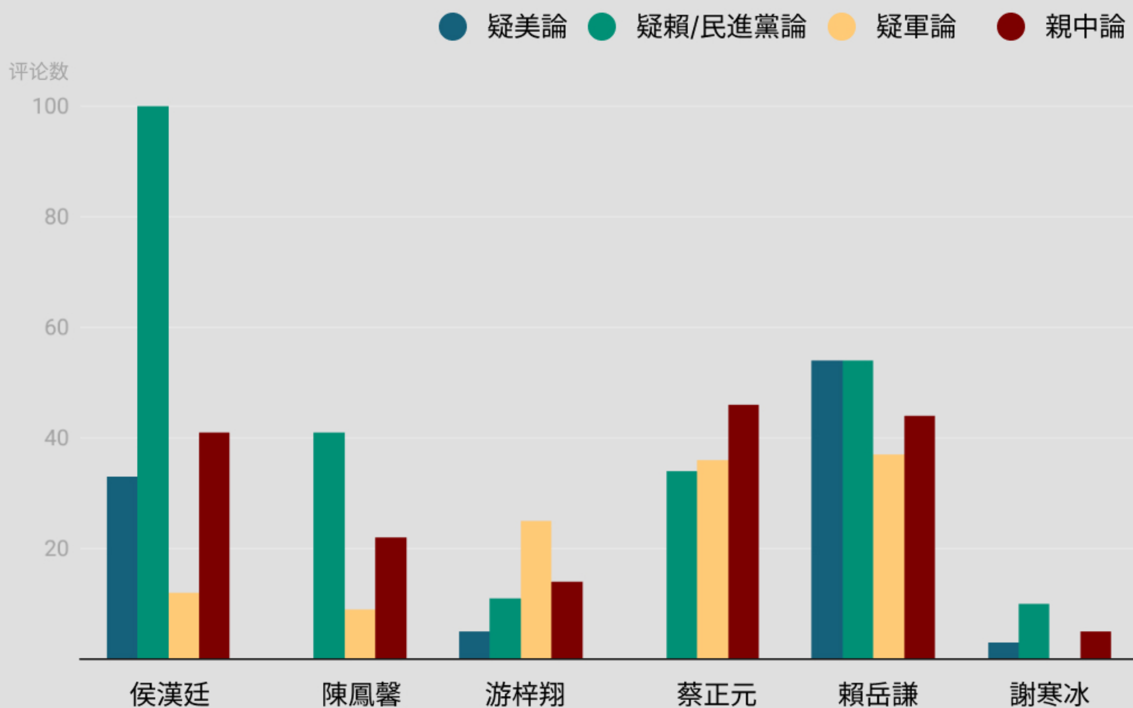
侯漢廷疑賴、蔡正元親中、賴岳謙疑美論 獲讚數最多



1. 資料範圍設定在2024/10/16-2025/1/22間，符合三疑言論關鍵字共78則影片。以疑美、疑賴清德/民進黨、疑軍、親中共4個類別進行人工標註，每則影片可有複數種標記。
2. 三疑言論關鍵字包含：賴清德、美國、中國、民進黨、綠營、解放軍、台積電、大陸、川普、特朗普、拜登、超美、盟友、科技、美軍、無人機、軍事、潛艇、台獨、疑美、關稅貿易報告、台海、坦克、戰車、艦、戰機、志願役

資料來源：台海時刻Youtube頻道
製表時間：2025/03/24

asia fact check lab



另一名嘴蔡正元，雖然出現次數不多，但在「親中論」和「疑軍論」兩大議題中，他都獲得了破千的讚數。賴岳謙出鏡的次數排名第二，其在「疑美」與「疑賴」方面的談話亦收穫不少讚數與評論。

這些影音，是在台灣錄的嗎？

中國網路上的公開資料中寫道《寶島，報到！》是「由兩岸新聞團隊共同打造」，但未明確提及是由哪個「台灣團隊」與《海峽衛視》共同打造節目，以及雙方如何合作。AFCL 注意到，《寶島，報到！》不是連線進行，而是在攝影棚內實體錄製並直播。那麼，攝影棚在哪裡呢？

台灣《鏡週刊》的一則報導提供了一些線索：「海峽衛視製播的《寶島報到》節目，每週一、四在國內某間電視台進行錄製，並由該台工作人員協助剪輯供其他節目運用，相關短影音再上傳 YouTube 及抖音平台，整個後製過程都由台辦支援」。

AFCL 在監看時也注意到一些細節：侯漢廷於某集節目開場感謝正在看直播的觀眾，並表示他錄節目前在議會審預算，搭計程車趕過來。這表示侯漢廷錄節目的地點在台灣。

2023 年 7 月 12 日，「台海時刻」臉書粉絲團一如往常直播《寶島，報到！》，在直播開場的閒聊時間，當日的主持來賓賴岳謙與場外的一番互動，更坐實了中天與《今日海峽》的合作關係。

工作人員：「每個禮拜一跟禮拜三，會找三集到四集出來。」
賴岳謙：「中天新聞二台。」
工作人員：「我們也會放在我們中天亞洲台，都會播。」
賴岳謙：「哦，一魚多吃哦，價格要升高，看你多吃幾個要乘以幾倍。」

接著工作人員指示賴岳謙講開場白：「大家好我是報告人」。賴岳謙接著提問：「不要再寶島報到我來報告？」工作人員答：「那是之後的。」

這番對話後，場外傳出「切封面」的指示，隨即直播畫面出現當集的封面：「要台灣研發『生物戰劑』？美國邪惡盤算被曝光」，封面的直播單位是「台海時刻」，隨即正式進入當集內容。

由此可見，無論是中方的《寶島，報到！》或是中天的《報告！我有話要說》，皆是由在台的中天工作人員執行。

AFCL 循線訪查，獲得台灣媒體工作者向我們證實，《寶島，報到！》是由「中天亞洲台」製作，負責聯繫來賓、剪輯等工作。其中一位中天員工坦言，《寶島，報到！》就在中天一樓攝影棚錄影，「不怕（你們來）查，民進黨已經來問過了。」

訪問中我們曾質疑節目的腳本是不是出自中國人士之手？但一位受訪的中天員工否定了我們的猜想。他說，製作單位會設定主題，由來賓自行準備講稿，刻意使用「大陸用語」，是因為目標受眾為全球華人，而不是受到中國官方指示。

借台灣的嘴，發中國的聲

AFCL 以「三疑」言論關鍵字（註）為範圍，抓取中天《報告！我有話要說》2024 年 10 月 21 日至 12 月 21 日共 25 則影音，逐格比對，發現其中 24 則都可以從台海時刻 YouTube 官方頻道的《寶島，報到！》播放清單中找到完全相同的片段，多數僅減去停頓或是語助詞，重複率高達 96%。

AFCL 觀察，《寶島，報到！》24 則與《報告！我有話要說》完全相符的影音皆為「直播存檔」，《報告！我有話要說》則是一般影音，《報告！我有話要說》約在《寶島，報到！》直播結束後 2 至 3 日將該影音剪輯為多集的節目，並另外錄製專屬片頭，「大家好，我是報告人某某某」。

因此，AFCL 推斷這些節目雖然在台錄製節目，但首先在中國官媒掌握的頻道曝光。

另外，從節目來賓在直播時的「脫稿演出」，也可推敲《寶島，報到！》與《報告！我有話要說》的合製關係。

例如，世界棒球 12 強賽台灣取得四強門票之際，時任民進黨政策會執行長王義川質疑為何不說「台灣隊」？侯漢廷在 11 月 18 日《寶島，報到！》直播 2 分 05 秒處提到此事，他批評「不愛中華民國的人都該去跳海，怎麼不去安樂死」。隨後他補充，「直播不受 NCC 管轄，沒關係，因為我們最後做成節目的時候，這些應該都會被剪掉」。

侯漢廷的發言證明兩件事：一是網路直播不屬國家通訊傳播委員會（NCC）的管轄，成為名嘴和電視台的金鐘罩；二是他知道《寶島，報到！》是直播，且最終會被剪輯為節目。

AFCL 曾在 2024 年底發表的《中共外宣在台灣》系列報導中初步揭露，中天二台與福建廣播影視集團疑似有合作關聯，旺中集團當時不願正面說明。**我們於 2024 年 12 月 30 日再度發信請中天亞洲台回應，至截稿為止，並沒有得到回覆**。

但 2024 年 12 月 31 日刊出報導後，這兩個節目的關聯有了一些變動：

《報告！我有話要說》在相近的時間停止更新，最後一期節目停留在 12 月 28 日。

而《寶島，報到！》則是在新的一年，換了風格，一改過去的直播形式。最後一次直播節目停留在 2025 年 1 月 2 日，此後的節目都是「精編版」。

另一細節是，AFCL 於 2025 年 2 月 21 日完成影音比對，當時頻道名稱仍是中天二台，3 月 13 日再次核對時，該頻道已改名為「中天深喉嚨」。頻道雖已改名，但網址仍是一樣的。



中天二台改名為「中天深喉嚨」，頻道雖已改名，但網址仍相同。YouTube 截圖

雖然我們並不清楚「中天亞洲台」與《海峽衛視》的合作是否涉及任何實質利益。但綜合受訪者的說法以及比對節目內容，至少可以確定兩台之間內容共享，以及提供錄製場地、人力等資源的「合作行為」，共同打造出《寶島，報到！》這檔聚焦政治議題的節目。**AFCL 於 2025 年 4 月再度發信給中天電視，詢問相關說明，但至截稿為止，尚未得到答覆。**

《寶島，報到！》內容涉及政治，那下一個問題就是這恐怕違反了《台灣地區與大陸地區人民關係條例》（以下簡稱「兩岸條例」）第 33-1 條規定：台灣地區人民、法人、團體或其他機構，非經各該主管機關許可，不得與大陸地區人民、法人、團體或其他機構，為涉及政治性內容之合作行為。

陸委會主委邱垂正接受 AFCL 採訪時表示，台灣政府或是民間機關、機構，要與中國官媒合作，要經由政府許可，合作案可以送審，但若未經許可與中國官媒合作，就有可能違反兩岸條例第 33-1 條的規定。

但《寶島，報到！》的台灣合作方，是不是向台灣政府提出申請？如果沒有，可能受到什麼樣的處分？ AFCL 於 2025 年 4 月初再次詢問陸委會。陸委會提供的書面答覆指出，「兩岸合製節目倘涉及與陸方黨政軍機構為合作行為或屬政治性內容，應依兩岸條例第 33 條之 1

規定，經目的事業主管機關許可，如有具體違法事證，主管機關會依法處理。」
陸委會強調自己不是「主管機關」，至於由哪個機關管理，「仍須視個案之合作模式實際狀況進行綜合判斷，評估可能涉及之機關（如文化部、通傳會、數位發展部等）權責」。

名為「亞洲台」，卻有大量中國內容

極可能執行與福建網絡合作計畫的「中天亞洲台」屬於旺中集團，網站介紹其收視戶涵蓋大亞洲地區，華人密集的區域，遍布中港澳、菲律賓、新加坡、新西蘭等超過 48 個國家，頻道專注兩岸三地發展，旨在服務全球華人。

中天電視曾於 2020 年 8 月向 NCC 送件，申設「中天亞洲台」在台灣落地。但當時 NCC 審議後認為，「中天亞洲台」頻道定位為綜合台，但新聞性節目逾五成，且部分節目與中國合製，恐有違反《兩岸人民關係條例》規定之虞，在 2022 年決議否決申設案。

2022 年 3 月 9 日，時任 NCC 副主委翁柏宗在記者會轉述了權責機關文化部的意見。文化部認為由於中國的電視台等廣電媒體屬黨政機構，「中天亞洲台」與中國的電視台合作，可能是《兩岸人民關係條例》第 33-1 條所規範的對象。翁柏宗並說，很多電視台也有外購中國的戲劇或綜藝節目播出，這是由文化部依許可辦法把關，與兩岸電視台合製節目不同，而且「中天亞洲台」營運計畫僅告知合作對象，未具體言明雙方合作事項等細節。

對於 NCC 的決議，中天透過聲明批 NCC 擴大解釋《兩岸人民關係條例》，帶著有色眼光審查此案，中天為爭取新聞自由及言論自由，將依法持續爭取在電視頻道發聲。

不過，一名參與審議「中天亞洲台」申設案的前 NCC 委員告訴 AFCL，當時對於部分節目與中國合製，以及某知名節目含有中國政治宣傳內容，表達疑慮，也請中天說明，但中天「說不出個所以然」。他也疑惑，名為「亞洲」台，為何與中國合製、相關的內容這麼多？

從「中天亞洲台」一案可知，兩岸電視台合製節目可能「踩紅線」，然而 NCC 只能守住有線電視頻道，無法擋住有疑慮的節目在網上播放。時至今日，在「中天亞洲台」網站，仍可看到當時在營運計畫上，載明與中國東方衛視合作的談話性節目「雙城記」，以及紀實性節目「魅力東方」等。另外還有不在當時營運計畫上的節目「報告！我有話要說」。

值得注意的是，2025 年 4 月底，AFCL 在自由亞洲電台普通話官網發表了〈福建網絡對台統戰節目，Made In Taiwan ？〉報導後，「中天亞洲台」網站上的「報告！我有話要說」欄目已移除。

回顧 2020 年到 2025 年，中天新聞失去了有線電視頻道，被迫轉戰網路的過程，最明確的現象就是由於少了 NCC 和相關法令的監管，從業者的表現快速地「網紅化」，產出的資訊內容也更加不嚴謹。法規、專業雙雙棄守的結果，就給了中共外宣介入台灣媒體機構的絕佳機

會。當然，中共外宣不會只攻佔某一個平台，在網際網路和移動裝置興盛的時代，網路原生

的影音產品如雨後春筍般出現，這其中也包括網路原生的中共外宣內容，這是我們下一篇的主題。

註：AFCL 歸納的「三疑」言論關鍵字包括：賴清德、美國、中國、民進黨、綠營、解放軍、台積電、大陸、川普、特朗普、拜登、超美、盟友、科技、美軍、無人機、軍事、潛艇、台獨、疑美、關稅貿易報告、台海、坦克、戰車、艦、戰機、志願役。

6 網路原生／轉生的中共外宣｜《哏傳媒》和它的朋友圈

「台積電對美投資 1650 億美元，95% 台灣網友認為『台灣全盤皆輸』」。

中共中央台辦所屬的《中國台灣網》在 2025 年 3 月 10 日發出這則報導，內容引用一項在 YouTube 評論區舉行的網路投票：「台積電 1650 億前進美國，你認為實際狀況是？」從 3 月 7 日到 9 日上午 7 點 30 分，累計 1.4 萬人次投票，95% 的人選擇：「美國整碗拿去，台灣全盤皆輸」。

亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）曾在一個相似議題的查核報告中提到，網路投票樣本不具代表性。中正大學政治系教授莊文忠也曾發表專文指出，網路調查無論參與者在台灣或海外都可參與，樣本的選擇性與偏誤性頗大，調查結果不宜推論到整體選民。

台積電「移美論」怎麼傳播？

這樣一項存在嚴重偏誤的網路投票，最早由台灣一家網路媒體《哏傳媒》刊出，之後接連獲得《中國台灣網》和多家媒體刊出。AFCL 整理出如下的傳播路徑：

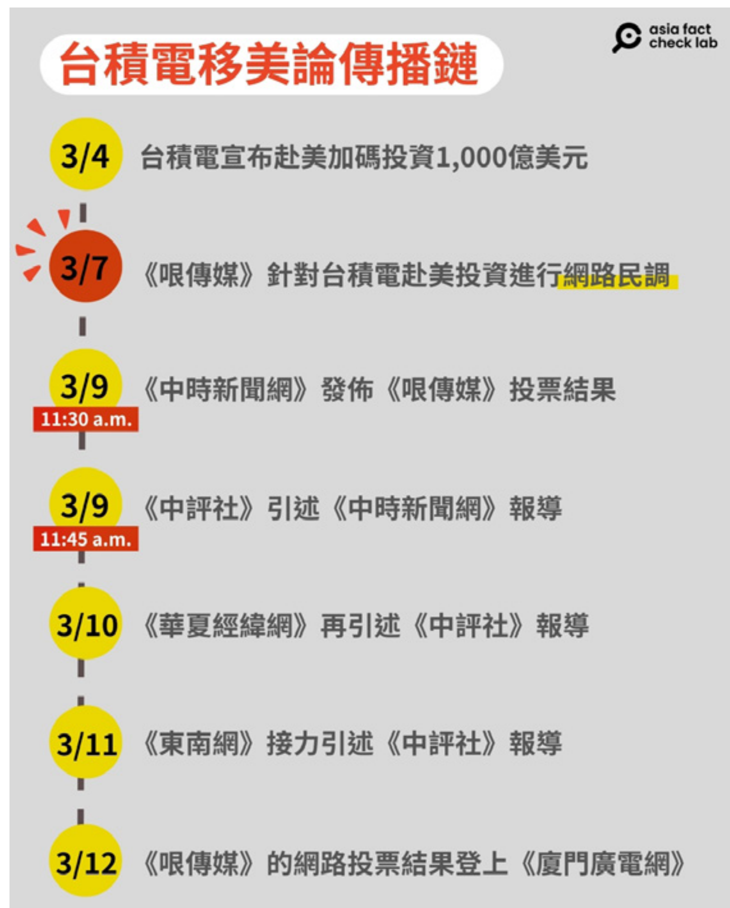
《中時新聞網》在 3 月 9 日上午 11:30 報導，原標題是「台積電 1650 億美元前進美國 1.4 萬人網路投票太驚人」；當天 11:45，《中評社》引述《中時新聞網》，刊發相同報導。接下來：

3 月 10 日，《華夏經緯網》再引述《中評社》報導。

3 月 11 日，《東南網》也引述《中評社》報導。

3 月 12 日，《哏傳媒》的網路投票結果登上《廈門廣電網》。

AFCL 整理出傳播途徑如右：



除了網路投票，3 月 10 日《中國台灣網》微博影音號、臉書專頁也發布一則短影音，內容是民進黨前立委、名嘴郭正亮稱「台積電去美國，是台灣的災難」。經比對，畫面出自《哏傳媒》3 月 6 日播出的 YouTube 直播節目。

2025 年 3 月初，台積電宣布擴大對美投資以來，《哏傳媒》節目經常談論「台積電移美論」，但相關議題在中國平台廣傳之餘，在台灣主流媒體卻只有《中時新聞網》報導了《哏傳媒》的網路投票。

中時的報導經「Yahoo! 新聞」，再轉載上「批踢踢實業坊」（PTT），但並沒有引起廣泛討論。PTT 的發文者顯然對於《哏傳媒》充滿疑問：「一開始還以為是 yahoo，這個又是什麼新自媒體？重點是中時還把他寫成新聞發出來，為何不自己辦網路投票呢？」

《哏傳媒》與《密訊》

PTT 的發文者問得好。《哏傳媒》是新的自媒體嗎？就頻道成立的年份而言，算新，但背後操盤手絕非新手。

《哏傳媒》是「方正傳媒科技有限公司」擁有，方正公司旗下品牌頻道還包括「觸極者」、「鄉民 TV」等新媒體。這間公司由台灣人林正國創立、經營。林正國的名字，曾經和知名的內容農場「密訊」連在一起。

《報導者》在 2019 年發表調查報導「打不死的內容農場－揭開密訊背後操盤手和中國因素」，其中起底藏在「密訊」網頁原始碼之中的「方行商務整合行銷有限公司」顧問林正國，以及該公司代表人劉芳妤，兩人為夫妻。林正國也曾任新黨青年委員會委員。報導曝光一張林正國和新黨前發言人王炳忠 2018 年出席《海峽導報》多媒體中心落成儀式的合照。王炳忠在一次受訪時表示，林正國是最早幫他創粉絲團並擔任網管的人。照片中還出現了《指傳媒》假民調案要角，也是對台統戰「福建網絡」的核心人物 --《海峽導報》記者林靖東。

《報導者》描寫林正國是善用「數位行銷」、「電腦專業」專長的操盤手，讓和他有關的「密訊」、「觸極者」等平台，得以用「鏈輪法」提升在搜尋引擎中的排序，並與中國媒體互相拉抬。

綜合《報導者》、台灣資訊環境研究中心（IORG）、台大新聞所教授林照真的研究，「密訊」內容大約九成標註為「新聞」分類，幾乎全是透過抄寫或改寫而來，文章主要流入成員萬人以上的泛藍粉專和社團，例如「2020 韓國瑜總統後援會（總會）」、「青天白日正義力量」等。其立場明顯挺藍（國民黨）、挺韓（2018 年國民黨高雄市長候選人韓國瑜）。

在 2018 年至 2022 年間，這個被稱為「小網站」、「小小內容農場」的「密訊」，寫下許多紀錄。2018 年地方選舉前一周，在支持國民黨的臉書粉絲專頁中，「密訊」的分享數為第一；

到了 2019 年 4 月，「密訊」更創下「一週內被臉書使用者分享次數最多」的紀錄，分享數是台灣主流媒體《自由時報》的 5 倍。

「密訊」的另一項紀錄是，多次散布不實訊息，包括「國防部準備花 130 億美元買 66 架 F-16V 戰鬥機」、「蔡英文砸 23 億在巴拉圭幫人家蓋 4500 戶社宅」等；它因違反臉書社群守則遭下架後，又火速換網域重生，2019 年底以新的域名「pplomo」在臉書傳播。

IORG 的報告指出，「密訊」（www.pplomo.com）在 2022 年底台灣地方選舉期間「重現傳播盛況」，成為臉書粉專分享總數第二名的域名，其內容主要來自《中時新聞網》，而總分享數最高的媒體集團，正是中時所屬的「旺中集團」。

林照真在《假新聞政治：台灣選舉暗角的虛構與欺騙》一書中，將「密訊」等四個網站定義為「仿新聞網站」，指這類網站出現的目的「就是為了選舉而來」，它們看起來像是新聞媒體，雖說內容並非全部為假，但其報導常有誤導傾向，內容更有操控和宣傳成分，因此也是假新聞的主要來源。「仿新聞網站」經常扮演中央廚房的角色，提供資訊供社群平台分享轉傳。

據林照真的觀察，「仿新聞網站」在選舉期間需要大量內容，因此大量使用與自己政治立場、意識形態相同的網站；同時，又很快為國內各主流媒體、社群平台使用；更重要的是，這些帶著片面觀點、立場的新聞，又很快為中國網路媒體轉載，形成兩岸選舉新聞聚合，同時也讓台灣訊息流通，出現真假難辨的危機。

不過，AFCL 在 2024 年中查詢「密訊」時，網域已無效，有關的「方行商務整合行銷有限公司」則已解散。AFCL 使用網站調查工具 Whois 查詢，發現 pplomo 網域曾在 2023 年 8 月停用一段時間，2025 年又被重新註冊，但網頁 www.pplomo.com 仍失效。

時代改變，影音當道

「密訊」雖然停止營運，但林正國成立的「方正傳媒」仍然高度關注政治議題。除了持續經營常以漫畫諷刺時事的「觸極者」，還將重心轉向經營政治網紅、自製節目的影音頻道《喂傳媒》，在圖像當道的時代，以更生動、鮮明的方式傳播特定政治立場。

翻閱林正國的碩士論文《自媒體發展對兩岸輿論交流之影響》，可以發現他看好「短影音」的影響力與潛力。論文提到，越來越多的兩岸自媒體人運用短影音將資訊快速傳播到海峽兩岸和全球各地，他在論文中也反覆提及中國短影音平台的影響力與重要性，認定短影音是自媒體重要的傳播形式。

《喂傳媒》的內容主要在 YouTube 平台發表，和政治相關的內容業務包括「合作名人」和「節目製作」兩類。與《喂傳媒》合作的政治名嘴包括郭正亮、侯漢廷、蔡正元、謝寒冰、鄭村棋等。

「合作名人」和《哏傳媒》有兩種關係，一種是直營或者「代運營」的節目，例如謝寒冰的《新聞祕辛》、郭正亮的 《亮子立學》和 《郭正亮頻道》等。 結盟關係的例子如它名列「中天朋友圈」，部分節目得以也在中天頻道播放。

相較以文字為主，需要藉社媒平台才能廣傳的「密訊」，《哏傳媒》主打影音，靠著直營和結盟在多個發送平台間調度。開節目的名嘴如郭正亮、蔡正元、謝寒冰等都能自帶流量，在《哏傳媒》這個平台上引爆新聞話題，帶動兩岸媒體跟進。

「曹興誠私照」風波是 2025 年初最知名的例子。當年 2 月，謝寒冰在《哏傳媒》節目上爆料聯電創辦人，也是罷免國民黨立法委員主要推動者曹興誠的私照，大量台灣媒體跟進報導，中國官媒《海峽導報》、微博大 V 也紛紛搬運節目畫面，話題延燒多日。而就在謝寒冰爆料當天，和《哏傳媒》同公司的臉書粉專「觸極者」也發布多張圖片諷刺曹興誠。

2025 年 3 月，一名來台依親的中國配偶、劉姓女網紅的頻道「亞亞在台灣」因涉武統言論遭限期離境，事件引起軒然大波，「亞亞」在謝寒冰主持的《哏傳媒》直播節目上喊冤，表示自己從未主張「武統台灣」。

方正傳媒旗下另一個頻道「鄉民 TV」在 2024 年初開播，主持人包括曾經痛批「108 課綱」是「無恥課綱」的台灣北一女中國文老師區桂芝。

影音行銷術，產品是政治

AFCL 進一步查詢林正國，發現他以「數位行銷講師」的專業在兩岸開展生意版圖。一則 2020 年的公開資訊裡介紹林正國為「台灣：方行商務整合行銷有限公司行銷總監，中國：上海天氲文化傳媒有限公司負責人」。林正國在課程短片中自我介紹：本身從事網路行銷，做網路流量及媒體的操作。

台灣的「方行商務整合行銷有限公司」2019 年 1 月成立，已於 2022 年解散。至於在中國的「上海天氲文化傳媒有限公司」2019 年 12 月成立，以從事文化藝術業為主（2025 年查詢已註銷），其法定代表人為林正國，主要人員包括陳罕仲、楊白全等人。我們搜索到一位網路行銷講師的楊白全，他教的課程包括使用中國應用程式。

另外還有一間在 2019 年 12 月成立的「上海喜麟樂文化傳媒有限公司」（2025 年查詢已註銷）也與林正國有關，主要人員除了林正國，還有其妻劉芳妤，以及已故海峽兩岸青年交流協會執行長鄭博宇。

林正國在 BNI 商會介紹，其公司有三大產品線：商品內容置入、職人經紀、客製化影音內容，而他所解決過的最大難題，就是「協助客戶名人郭正亮先生成功轉型為自媒體人（網紅），並把自營 YouTube 頻道的『流量變現』轉換為每月最大的收入」。

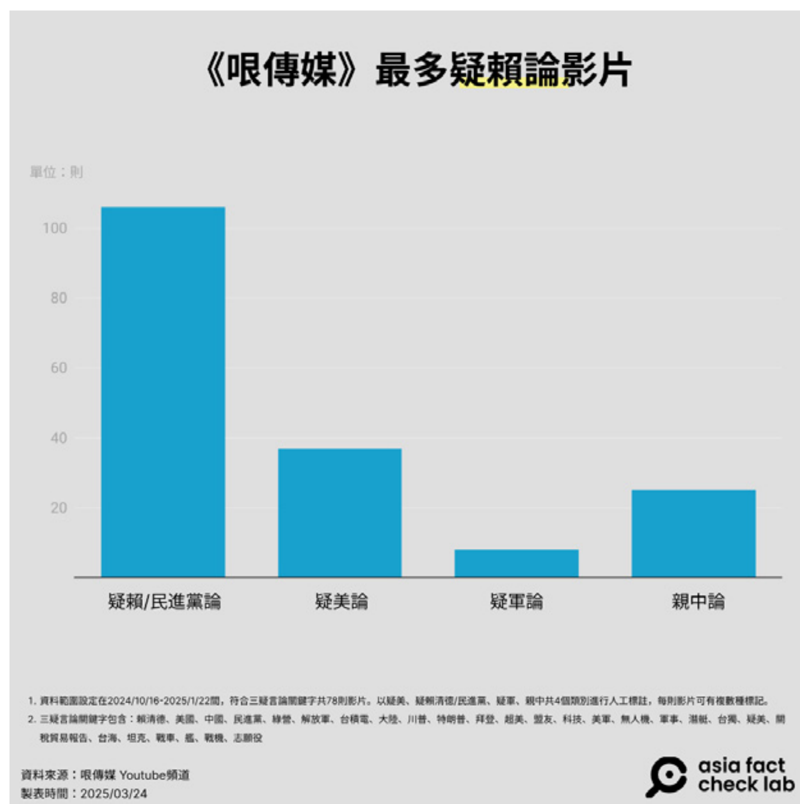
綜觀林正國的生意版圖，可以看出他擅長網路行銷，可能對網路影音平台和 app 行銷別有心得。但他又熱中政治，勇於表態，因此被外界貼上「親中」標籤。在他的生意版圖裡，政治也可以以商業行銷術來行銷，旗下的《限傳媒》或《鄉民 TV》就是這樣的產品。但《限傳媒》最大的問題並非政治立場，而是在於傳播誤導信息，以及政治網紅在節目上「帶中國貨」可能踩到法律紅線。

傳播「三疑言論」

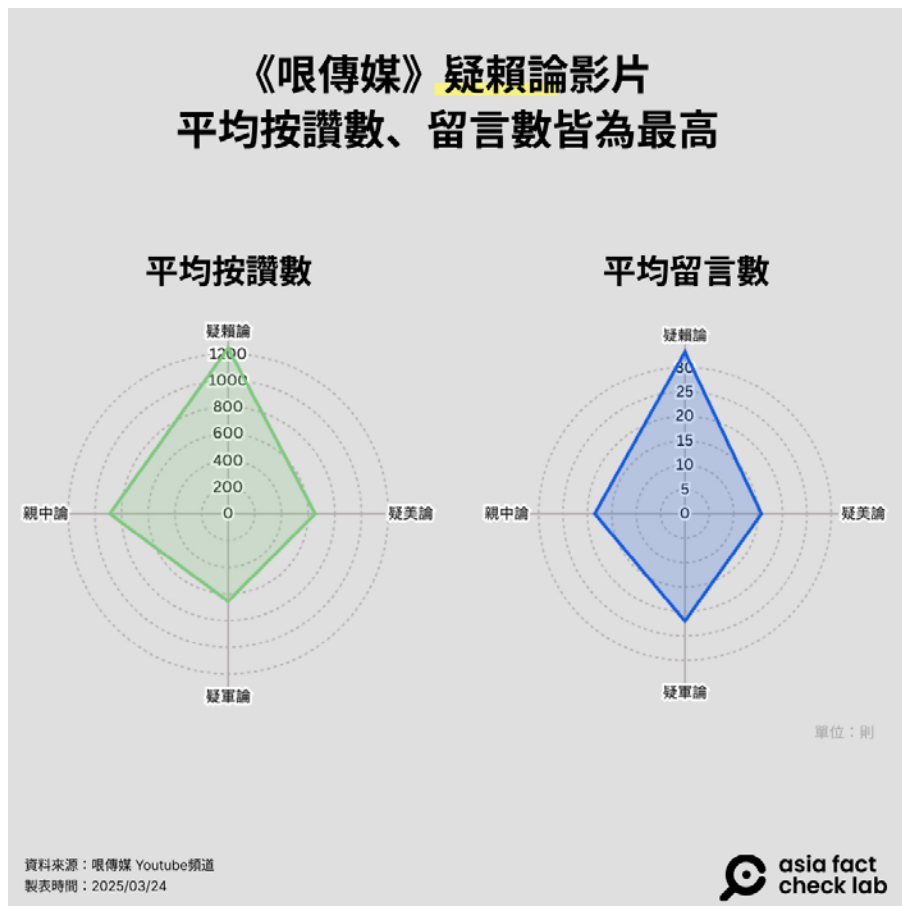
AFCL 曾在 2024 年發布查核報告：《菲律賓上空爆發中美電子大戰?》以及《”疑美“熱點解析：美國對談軍售”又爛又貴“》兩篇專文中都點名《限傳媒》傳播缺乏證據或誤導的信息。為了更全面了解《限傳媒》的言論特色，我們在 2024 年 11 月至 2025 年 1 月密集觀看《限傳媒》，初步的印象是郭正亮、謝寒冰等人主持的政治性質節目聚焦被形容為「三疑言論」—「疑美」、「疑賴（蔡）」、「疑軍」— 的立場上，也經常宣揚中國政策和中國商業產品。

進一步進行數據分析，我們抓取了監測期間內與三疑言論有關 (註) 的 Shorts——YouTube 平台長度上限 3 分鐘的直向影音——進行分析，共抓取 270 則，排除了 109 則無關之內容，針對剩餘的 161 則影音進行分析，逐一手動標記是「疑美」、「疑賴」、「疑軍」或「親中」言論，每則影片可以有多種屬性分類。

首先，我們發現「疑賴論」是《限傳媒》的經營核心，不僅是影音數量最多的分類，亦在代表觀眾互動的按讚、留言數遙遙領先。



在分析樣本中，「疑賴論」影片共有 106 部，佔整體比例最高，累積總按讚數超過 13 萬次，平均每部影片可獲得約 1243 次按讚與 33 則留言，無論在總量或單支影音表現上皆領先其他分類。



按讚數最高的前五名影片，全部屬於「疑賴論」，郭正亮的「活在自己世界民主成賴皇玩物？」獲得 7064 次按讚與 191 則留言；其他熱門影音如「賴皇 2028 慘了！陳其邁準備奪權？」、「民進黨完了！ 2700 元動員學生？」等，也均圍繞賴清德或民進黨，以「賴皇」一詞諷刺賴清德。

「疑美論」則以 37 部影片居次，平均按讚數約 653 次、留言 16 則。內容大多批判美國在國際事務中角色、對台政策是為利己，或強調美國社會與政治動盪，如「洛杉磯大火 「川普」搞政治鬥爭」。並經常談論俄烏戰爭中美方角色，意圖引發觀眾對「親美政策是否值得」的質疑。

值得注意的是「疑軍論」雖僅 8 部影片，但平均按讚與留言分別達到 656 次與 22 則，表現優於「疑美論」，顯示軍事相關議題具備一定吸引力。深入分析「疑軍論」影片可發現，議題集中於軍事訓練、兵役改革、中共軍演等話題。例如「兵役改革是假進步真敷衍？」、「共軍環台軍演，台灣準備好了嗎？」多採用問句與危機措辭。

「親中論」影片共計 25 部，平均每部影片獲得約 888 次按讚與 18 則留言，互動率高於「疑美論」與「疑軍論」，這類影片多以兩岸融合、和平發展、交流必要性為主題，表現最好的是郭正亮赴中國的「尋根之旅」以及「全球工業佈局 中國異軍突起」。這些影音一方面重申「兩岸同根同源」的外宣號召，也提及中國在軍工科技上的崛起與對美反制，與中國對外宣傳相當雷同。

商業廣告恐踩到法律紅線

2024 年底，郭正亮中國福建漳州「尋根」，這趟行程在中國媒體上獲得相當篇幅的報導。而牽線安排郭正亮這次「認祖歸宗」之旅的，就是曾經為《東南衛視》派駐台灣，但因為在台參與錄製政論節目而被政府禁止入台的記者艾珂竹。

郭正亮此行引起部分綠營人士質疑他「配合中共統戰」。郭正亮在《眼傳媒》節目中回應爭議時稱「我是台灣人也是中國人！兩岸如果沒有這樣的連結，將是大悲劇！」而這段話，很快傳回中國媒體。中國國台辦發言人陳斌華在記者會上為郭正亮發聲，表示「島內有人出於『台獨』本性作祟，對此說三道四，數典忘祖，令人不齒」。

郭正亮另一次在《眼傳媒》「出外景」是 2024 年中到深圳旅遊，在名為「亮哥行腳」的節目裡，同行的還有紐西蘭中文國際頻道（BNE TV）華裔主持人「三妹」，被網友質疑「中國辣妹伴遊」，郭正亮在節目上澄清，並痛罵民進黨支持者。

而郭正亮結束深圳遊後，在《眼傳媒》發布參訪中國電動車大廠比亞迪、無人攝影機品牌大疆的影片，並在一集節目中大談中國的電動車發展，直說：「中國大陸的電動車真的是横空出世，目前看不到對手」、「中國的電動車必然是最大贏家」。

另一集節目主題是批綠營被害妄想，郭正亮卻在開場時拿起粉絲送他的貴州茅台以表達感謝，之後並未將茅台收起，而是把完整盒裝、可清楚辨識品牌的茅台放在手邊，陪他錄了一整集節目，觀眾也看了一集的茅台。如果是受國家通訊傳播委員會（NCC）規範的廣電節目，對於酒類廣告是有嚴格限制，但《眼傳媒》是網路節目，不屬 NCC 監管對象，不過是否踩到《菸酒管理法》紅線，是個問號。

除此之外，郭正亮也曾在節目中拿著他的華為新手機，不只講出完整型號，還分享使用心得，大大稱讚手機的照相功能效果，並稱華為是「中國的脊梁」。名嘴賴岳謙與其妻中天主播周玉琴也曾在中天節目上「開箱」華為新手機，內容並登上中天新聞。

華為手機、比亞迪電動車，都是屬於高政治性的商品，而在網路節目上宣傳這些產品，是否涉及《兩岸人民關係條例》第 34 條的「為中國大陸物品、勞務服務或其他事項促銷推廣行為」，也是個問號。

AFCL 對此詢問了陸委會，陸委會表示，「眼傳媒」是台灣方正傳媒科技公司旗下網路節目，

倘未經許可與陸方黨政軍機構為合作行為或屬政治性內容，而有涉及違反兩岸條例第 33 條之 1 規定之具體違法事證，主管機關會依法處理。但陸委會表示，目前並未獲相關檢舉，也「未聞有相關主管機關接獲具體違法事證」。

對於商品廣告，陸委會表示，該節目疑似為陸方特定產品或企業宣傳部分，依據兩岸條例第 34 條規定，大陸地區廣告活動係由各有關機關認定處理，爰該節目刊登內容倘有疑似涉及為中國大陸物品、勞務服務或其他事項促銷推廣行為，是否違反兩岸條例第 34 條規定，應交由主管機關審認處理。

還有一個問題，是我們在上一篇所提到，福建廣播影視集團轄下《海峽衛視》與台灣團隊合製的節目《寶島，報到！》，在 2025 年初似乎換了場景，其中一集由新黨籍台北市議員侯漢廷主持的節目，背景與《哏傳媒》節目風格高度相似，彼此之間是否有關聯？

對於這個問題，我們發信詢問了方正傳媒公司，但至截稿時為止，並沒有收到回應。

以網路平台行銷政治

以《哏傳媒》為代表的影音產品，樹立了「以網路平台的影音產品行銷政治」的典型。尤其和前篇中天電視台相比，中天是傳統電視台為求生存而轉戰網路；《哏傳媒》和《鄉民TV》是原生網路內容，更進一步。

「影音比文字有更好的傳播效果。」林照真接受 AFCL 訪問時也指出，現在 YouTube 上有許多「不負責任的名嘴」錄製的低成本談話性節目，其實受眾多是中國人，這些節目的出現，不只是政治動機，也有經濟動機，畢竟「台灣的市場很小，華人的市場很大」。

網路媒體跳脫 NCC 管制，給予中共與台灣政治網紅，很大的操作空間，某種程度也助長錯假信息和誤導內容的傳播。回到「密訊」的案例，臉書曾針對傳播不實信息的內容農場開鍘，但隨著影音當道，內容農場轉型、轉移宣傳戰場，對 YouTube、TikTok（抖音），政府管不管？

林照真說，思維都是廣告的時候，會助長假新聞，對此平台有相當的責任。台大新聞所教授林麗雲也說，當今的傳播環境，向平台業者問責的《數位中介法》變得很重要，特別是如何處理不實信息、違法信息，但很可惜，平台的影響力變得愈來愈大，法律卻沒跟上。

從臉書、YouTube、TikTok，到 Instagram、小紅書，社群平台愈來愈多元，也提升資訊流動速度。網上盛行的「內容搬運」，如何成為中共對台宣傳的利器？這是我們下一篇深度報導的主題。

註：此處所謂「和三疑言論有關」，意指含有「三疑言論關鍵字」。包括：賴清德、美國、中國、民進黨、綠營、解放軍、台積電、大陸、川普、特朗普、拜登、超美、盟友、科技、美軍、無人機、軍事、潛艇、台獨、疑美、關稅貿易報告、台海、坦克、戰車、艦、戰機、志願役。

7 台積電「移美論」｜一則個案分析

亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）曾在報導中揭露「福建網絡」媒體集團如何透過有機會往返台灣的記者搭建人際網路，滲透台灣輿論場。如果將記者駐點、媒體行業互訪、交流等活動，視為統戰工作的「陸戰」。那麼利用網路平台及社交媒體 app，傳送中共希望「入島、入戶、入腦、入心」的信息，就可稱作「空戰」了。

本篇報道將揭露福建網絡的空戰手法。我們以三月初，台積電公司宣布赴美投資所引發的政治宣傳為例子，透過採訪、資料整理、數據統計等方法，爬梳出福建網絡發送宣傳的三大步驟

・自製，或者收集台灣特定媒體內容，重製成各種影音產品。
・以福建網絡控制、擁有的至少八個抖音帳號，向中國國內受眾發送內容。
・將抖音內容搬運到 TikTok 平台，向台灣及全球華人發送。

在台積電赴美投資的例子裡，福建網絡傳播的政治宣傳內容大部分取自台灣政治評論員，俗稱「名嘴」的評論，重製成短影片後搬運回流至 TikTok，建立起一套「台灣出口、中國洗產地、再傾銷回台灣輿論場」的傳播鏈。

台積電觸發的「疑美論」

2025 年 3 月 4 日，台積電董事長魏哲家在美國總統川普的陪同下，在白宮宣布赴美投資一千億美元，這項川普引為重大成就的消息，觸發了台灣政治評論員和政治人物在社媒平台上熱烈評論。

在台灣，持「疑美論」的政治人物和評論者始終認定台積電是美國用來「綁架」台灣的籌碼，AFCL 過去就曾多次查核有關「美國毀滅台積電」計畫的錯假資訊。例如 2023 年 3 月底，前白宮國安顧問歐布萊恩（Robert O’Brien）訪台，有媒體報導歐布萊恩主張一旦兩岸發生戰爭，必須迅速摧毀台積電。台灣國民黨前立委蔡正元在臉書發文，稱「摧毀台灣是美國兩黨的共識」，頓時讓這則消息在台傳開，部分台媒將蔡正元作為消息來源報導。

事實上，經過影片查證並訪問歐布萊恩本人，確定這是他稍早在一場公開論壇上的發言，他提到若中國武力犯台，台灣的半導體產業恐難以全身而退，但這段發言卻被部分媒體錯誤轉述為美國將主動摧毀台灣半導體產業。

類似「戰時摧毀台積電」的言論，美國聯邦眾議員塞斯·莫頓（Seth Moulton）的發言也曾被中國官媒《環球時報》透過抖音短影片與 X 平台帳號，宣稱「美國真有摧毀台灣的計劃」。但 AFCL 查核後，確認莫頓的原意遭到扭曲。

福建網絡如何佈署短影音戰場？

台積電董事長魏哲家於台灣時間 3 月 4 日凌晨 3 時半左右，於白宮宣布赴美投資一千億美元，台灣各大媒體同日清晨發出快訊。

「台積電變『美積電』」的操作由「台海網」開第一槍。當日上午 10 時 30 分，該帳號剪輯發布國民黨籍前立委鄭麗文的片段，這段發言來自她 2024 年 11 月 9 日於中視節目《庶民大頭家》所說：「對美國唯命是從，是最蠢的」。

接下來，福建網絡旗下八個抖音帳號開始全力搬運台媒內容，衝高台積電赴美投資的負面聲量。

抖音平台上，AFCL 可以確認由「福建廣播影視集團」和「福建日報報業集團」擁有、控制的帳號有八個，較重要的有：

福建日報報業集團旗下的《海峽導報》掌握其同名帳號以及「台海網」。

福建廣播影視集團旗下東南衛視的主打節目「今日海峽」掌握「台海時刻」；「海峽新幹線」則掌握同名帳號。

「福建網絡」抖音帳號與他們的產地

抖音帳號	所屬集團	所屬媒體	全頻道觀看數	全頻道訂閱數
台海網	福建日報報業集團	海峽導報	3.8億	1864.8萬
海峽導報	福建日報報業集團	海峽導報	1.4億	879.9萬
海峽網	福建日報報業集團	海峽都市報	1.1億	583.2萬
海峽新幹線	福建廣播影視集團	東南衛視	5.4億	3666.2萬
台灣新聞臉	福建廣播影視集團	東南衛視	4483.5萬	734.7萬
台海時刻	福建廣播影視集團	海峽衛視	7.7億	2515.6萬
寶島報到	福建廣播影視集團	海峽衛視	183.1萬	7.4萬
AM585東南廣播	福建廣播影視集團	東南廣播	1.1億	462萬

資料來源：抖音
製表時間：2025/04/15

asia fact check lab

「台海網」、「台海時刻」、「海峽新幹線」、「海峽導報」四個抖音號可說是福建網絡在短影片戰場中，劍指台灣意圖最明確的四個帳號，影響力亦不容小覷，截至 4 月 14 日，八個頻道總訂閱數破 1.1 億，總瀏覽量逼近 22 億，而這四個帳號佔所有訂閱總數的 76%，佔總瀏覽數超過八成。

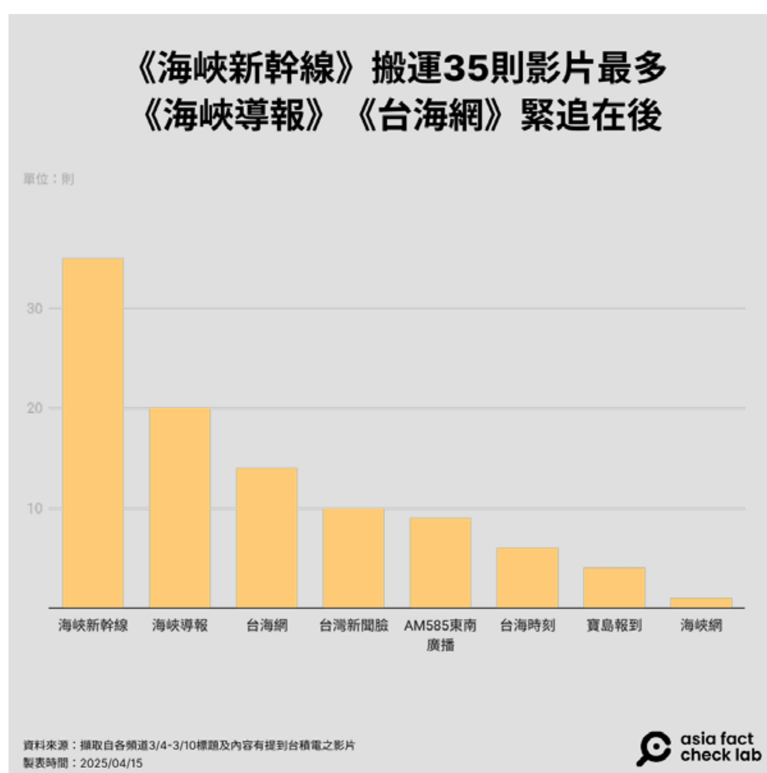
這些帳號每日有半數以上影片，大量搬運台灣藍營政治人物、親藍甚至是親中名嘴的發言，主軸皆在批評民進黨政府與賴清德總統。

為了分析福建網絡抖音帳號如何操作輿論，AFCL 收集 3 月 4 日至 10 日，也就是台積電宣布赴美投資當日後一週內，八個抖音帳號中台積電赴美相關的影片，排除僅報導川普發言的短影片，分析其剪輯來源及發布時間。

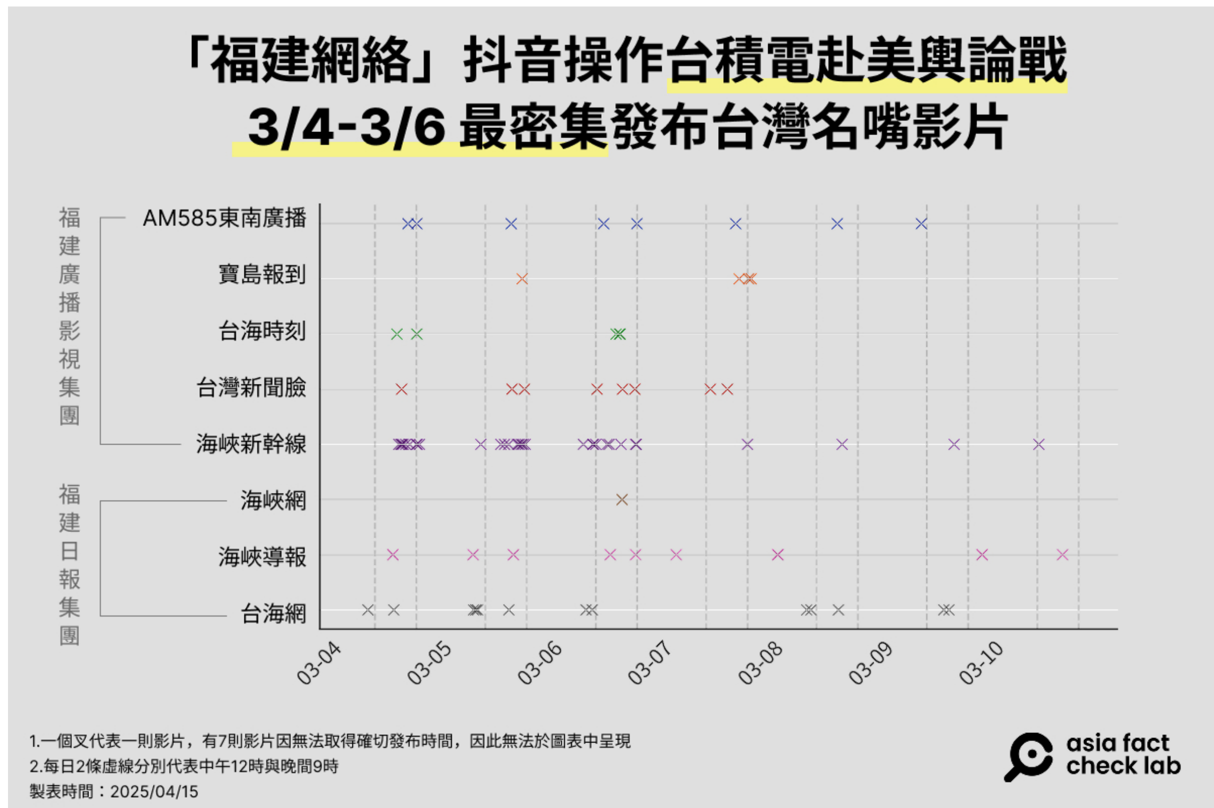
3 月 4 日至 10 日一週內，福建網絡旗下八個抖音帳號發布共 99 則與台積電赴美投資相關的短影片，當中九成影片來源為中天集團及 TVBS，少數雖取自中國官媒自製節目，但主角仍是台灣名嘴。

99 則影片中，綠營政治人物僅有 5 則，包括總統賴清德、行政院長卓榮泰、經濟部長郭智輝以及民進黨立委吳思瑤。另外，引用中國名嘴僅 1 則，其餘 93 則全為藍營政治人物或是台灣名嘴。

隸屬「福建廣播影視集團」的「海峽新幹線」操作力道最強，總計搬運 35 則台灣名嘴、政治人物影片，同屬「福建日報報業集團」的「海峽導報」與「台海網」各自操作 20 則與 14 則影片，總計二大媒體集團搬運量不相上下。



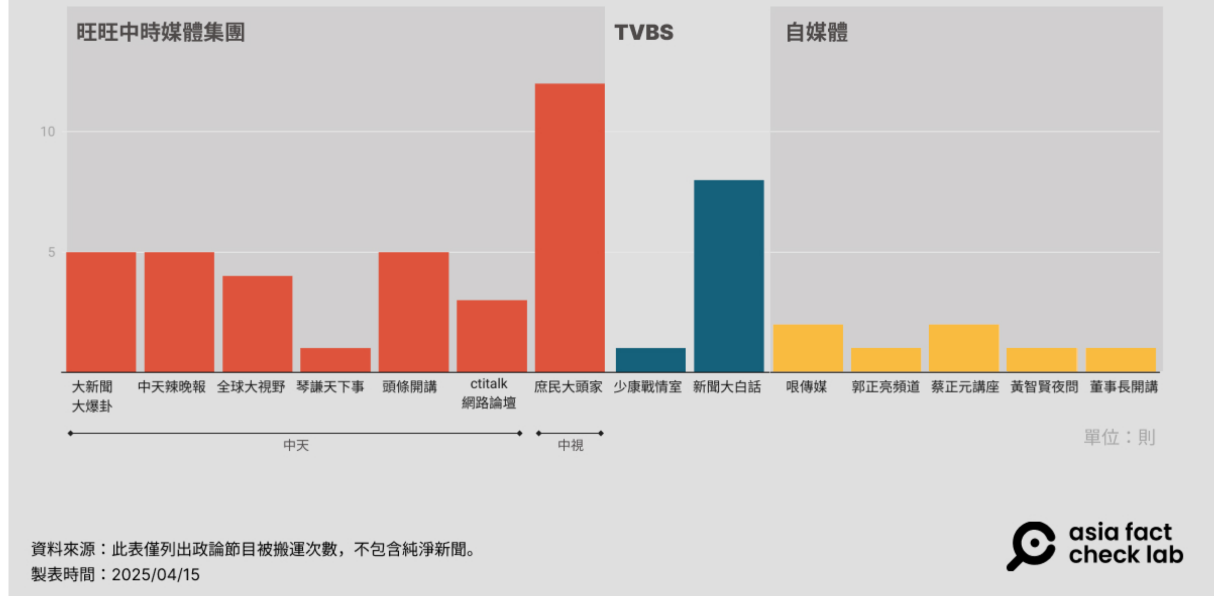
觀察 99 則影片的發布時間，可以發現福建網絡對「台積電赴美投資」的反應非常快速，多數帳號在 3 月 4 日當天就啟動負面宣傳，前三天這八個頻道每天搬運超過 20 部影片，尤其「海峽新幹線》」每日穩定輸出 8 至 11 則影片。這些帳號不只完全搬運台灣政論節目內容，多數影片更是在這些節目播出的 24 小時內完成剪輯、後製字卡、上傳等工作。



旺中成為福建網絡短影片的最大來源

AFCL 以人工逐一比對 99 則影片的來源，當中除了 16 則來源不明或者可能是採訪單位的共同訊號（pool）外，其餘來源可歸納為四種：

一、台灣旺旺中時媒體集團，47 則
二、台灣 TVBS 電視台，9 則
三、台灣政治評論員的個人頻道，7 則
四、中國官媒自製內容，20 則



根據 AFCL 統計，旺中集團旗下共六個政治評論類型節目成為八個中國官媒抖音的素材，共 99 則影片中，有 47 則出自旺中集團，超過總數一半。其中，中視的《庶民大頭家》是大宗來源，共被 搬運了 12 次，中天《大新聞大爆卦》、《中天辣晚報》以及《頭條開講》則各自被搬運了五次。

除了旺中集團，TVBS 旗下二大政論節目「少康戰情室」與「新聞大白話」也共被搬運九次。

其餘少數來自政論名嘴的個人頻道，但當中有部分頻道亦與旺中集團有合作關係。方正傳媒科技有限公司旗下品牌《哏傳媒》與中天電視 Youtube 頻道，以「中天朋友圈」互稱；郭正亮頻道亦由《哏傳媒》所操作。另外，《蔡正元講座》與旺中集團的合作關係可從其節目內容發掘，蔡正元在每集節目開頭，皆會朗讀同步播出頻道，當中即包含中天電視、哏傳媒。

但這 99 則影片並不全取自外部，福建網絡自製內容占比近兩成，最大宗剪輯自《今日海峽》節目。《今日海峽》製播內容為新聞穿插政治評論，雖然是自製連線或預錄，但相當一部分來賓仍然是台灣人，以台灣人的嘴評論涉台事件。

由上述顯示，八個福建出身的官媒抖音帳號對台灣議題的宣傳，有百分之七十取材自台灣媒體，或者台灣評論人的自媒體節目。由此可見，台灣政治言論的多元光譜，提供了福建網絡可以從某些特定，甚至極化立場的內容裡，取得「以台制台」的宣傳內容。

福建網絡敘事及內容的套路

AFCL 也對 99 則抖音影片做了內容分析。首先，其標題組成可以拆解為：
「台積電宣布赴美投資 + 名嘴 + 金句」

進一步將這 99 個標題進行分類，可以整理出中共官媒操作台積電赴美議題的三大主軸：

一、民進黨賣台

「民進黨賣台、台積電被掏空」是最頻繁出現的敘事，官媒搬運的影片反覆提及民進黨拱手將台積電奉送給美國，將導致台灣的技術與人才全面外流，常見說法有「台積電變美積電」、「吃裡扒外」、「賣台集團」，更多次剪輯名嘴以「賣身契」、「賣子求榮」、「賠了夫人又折兵」、「女兒養大送人還倒貼嫁妝」等貶抑女性或傳統婚嫁關係比喻台美投資的論述內容。



二、責難個人

在「責難個人」的敘事類型中，台灣總統賴清德與行政院長卓榮泰成為箭靶，二人被批評掏空了台灣，是「跪族」、「台奸」、「賣台騎手」。中國官媒尤其青睞台灣名嘴將賴清德比喻為烏克蘭總統澤連斯基——台積電宣布赴美投資前二日，川普與澤連斯基於白宮爭執，川普批烏克蘭不知感恩——台灣名嘴以澤連斯基的遭遇作為對照，渲染另一種「今日烏克蘭，明日台灣」的悲情敘事，塑造台灣領導人不值得信任的印象。

責難「賴清德」

福建官媒抖音「台積電赴美投資」認知戰

製表時間：2025/04/15

asia fact check lab

三、台美關係不可信

台美關係不可靠的論述則強調美國僅在意自身經濟利益，奪取台積電並不會因此保衛台灣。常見說法有「美國予取予求」、「台灣被剝兩次皮」、「川普不會管台灣死活」，是典型的疑美論述，意指美國對台策略並不對等，暗示台灣終將被美國拋棄。

「美國棄台」敘事

福建官媒抖音「台積電赴美投資」認知戰







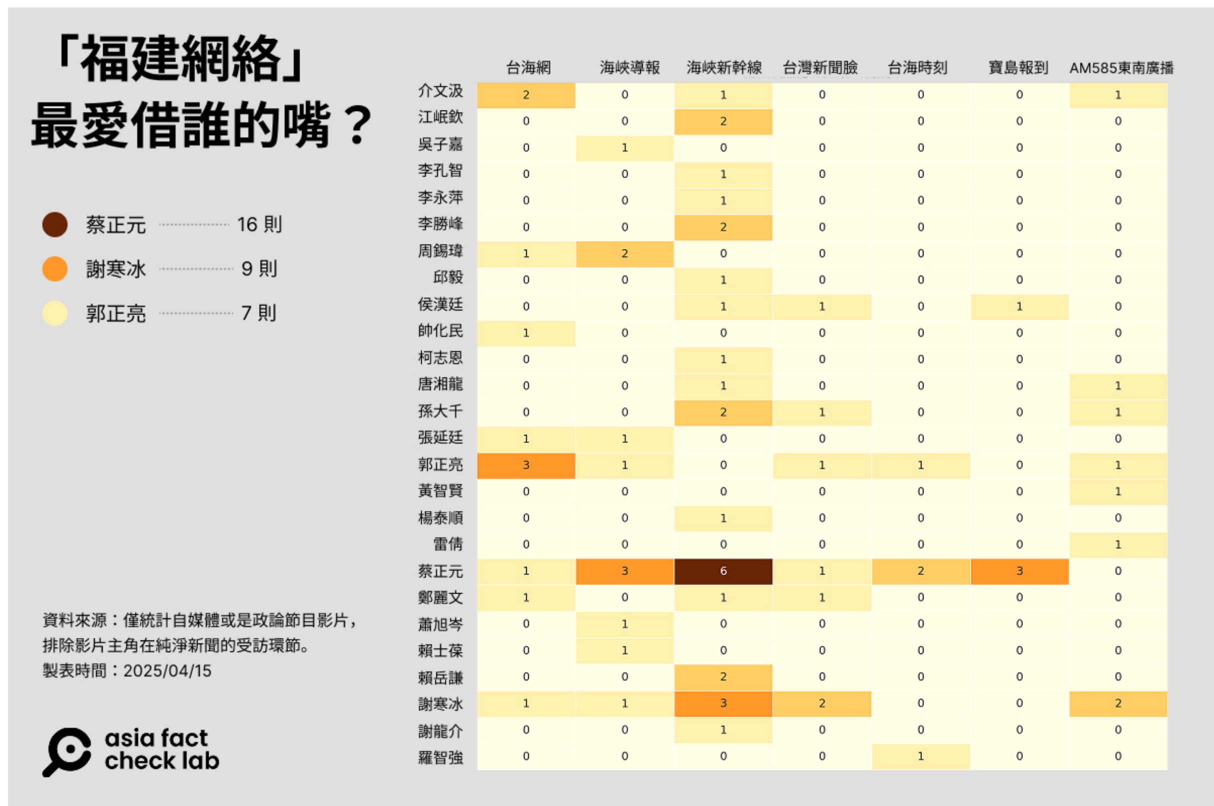


製表時間：2025/04/15

asia fact check lab

福建網絡最愛借誰的嘴？

AFCL 同時發現，福建網絡放大了特定台灣名嘴的聲量。99 則影片中，蔡正元出現了 16 次，尤其是「海峽新幹線」抖音帳號最常搬運蔡正元的言論。謝寒冰與郭正亮則居二、三名，謝寒冰在各頻道出現頻率較平均，最常獲得「海峽新幹線」搬運。郭正亮則最常出現在「台海網」。



	台海網	海峽導報	海峽新幹線	台灣新聞臉	台海時刻	寶島報到	AM585東南廣播
介文汲	2	0	1	0	0	0	1
江岷欽	0	0	2	0	0	0	0
吳子嘉	0	1	0	0	0	0	0
李孔智	0	0	1	0	0	0	0
李永萍	0	0	1	0	0	0	0
李勝峰	0	0	2	0	0	0	0
周錫瑋	1	2	0	0	0	0	0
邱毅	0	0	1	0	0	0	0
侯漢廷	0	0	1	1	0	1	0
帥化民	1	0	0	0	0	0	0
柯志恩	0	0	1	0	0	0	0
唐湘龍	0	0	1	0	0	0	1
孫大千	0	0	2	1	0	0	1
張延廷	1	1	0	0	0	0	0
郭正亮	3	1	0	1	1	0	1
黃智賢	0	0	0	0	0	0	1
楊泰順	0	0	1	0	0	0	0
雷倩	0	0	0	0	0	0	1
蔡正元	1	3	6	1	2	3	0
鄭麗文	1	0	1	1	0	0	0
蕭旭岑	0	1	0	0	0	0	0
賴士葆	0	1	0	0	0	0	0
賴岳謙	0	0	2	0	0	0	0
謝寒冰	1	1	3	2	0	0	2
謝龍介	0	0	1	0	0	0	0
羅智強	0	0	0	0	1	0	0

蔡正元評論台積電赴美設廠議題的相關發言中，有 3 組不同來源的影片素材，同時被多個福建網絡官媒帳號包裝重製。

3 月 4 日的中天《頭條開講》直播節目中，蔡正元於節目中直指「民進黨政府出賣台灣」。這段發言被「海峽新幹線」於隔日下午 15:20 剪輯為影片上傳，晚間 18:04「海峽導報」亦剪輯了同一段落。



3 月 5 日《蔡正元講座》直播，其中一段約在 20 分鐘處的發言內容批評民進黨「出賣台積電、討好美國」，被「海峽新幹線」與「台灣新聞臉」分別於當日下午 17:02 與 17:47 上傳抖音，兩者都剪輯了「免費大拍賣討好美國」這一段落並下進影片標題中。

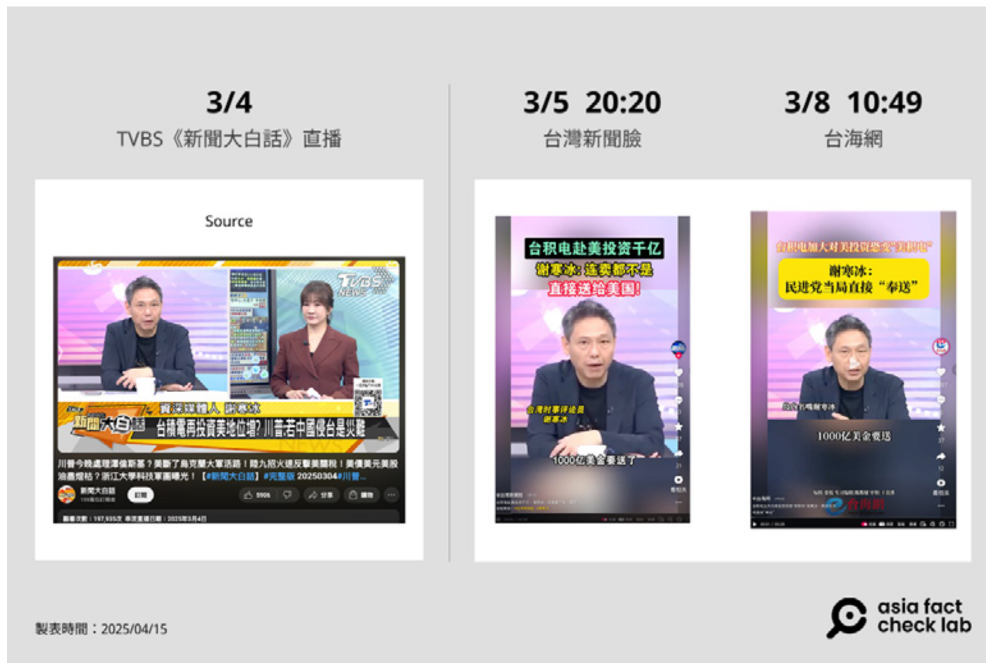


同樣在 5 日下午 2 時，蔡正元登上中天《大新聞大爆卦》直播節目，這一次曝光成為中國官媒的操作熱點。蔡正元在約六至九分鐘間的發言片段，被分割為至少四段影片。內容涵蓋「投資千億美元＝勒索」、「大陸站著、民進黨跪族」、「女兒送人還倒貼嫁妝」、「川普說不補助台積電」等句。這些內容於隔日分別由「海峽新幹線」、「海峽導報」與「台海時刻」在上午 11 時、下午三時、五時等三個時段陸續發布，呈現單一素材多段、多帳號發布的操作樣態。



中國官媒抖音帳號亦針對名嘴謝寒冰的發言進行多次剪輯與重製。

3 月 4 日 TVBS《新聞大白話》直播中，謝寒冰評論台積電赴美設廠時表示「這根本不是賣，是直接送給美國」，此段發言對應直播影片 2 小時 7 分處。AFCL 觀察，該發言至少被兩個中國官媒帳號引用。「台灣新聞臉」於 3 月 5 日晚上 20:30 首先發布該段內容，標題直述「直接送給美國！」3 天後，「台海網」於 3 月 8 日上午 10:49 再次上傳相同段落。



3 月 6 日晚間八時的中天新聞《頭條開講》。謝寒冰再次針對台積電赴美一事發表評論，批評賴清德政府「把台積電送給美國，丟人現眼」，此段位於直播約第 23 分 18 秒。該素材於隔日 3 月 7 日由「台灣新聞臉」發布，並於 3 月 8 日凌晨 03:33 由「海峽導報」再次上架。兩支影片皆以「丟人現眼」為標題，內容聚焦在「台灣里子面子全輸」。





從上述共五條傳播鏈可發現，福建二大媒體集團所屬的抖音帳號，皆針對同樣段落進行操作，誰都沒缺席。AFCL 無法證明這之間有系統化的搬運策略，但以資料顯示，蔡正元以及謝寒冰的發言在官媒抖音帳號間有高度重疊、重製發布時間接近的情形。

中國官媒為什麼要向國內搬運台灣內容？

抖音與 TikTok 不同，受眾僅瞄準中國牆內的使用者，福建網絡官媒大量搬運台灣媒體政論節目，可能的目是什麼？

一位不具名的抖音前員工受訪時告訴我們，抖音產品本身著重在娛樂性高的內容，因為這些內容能帶來高流量。一般情況下並不會特別推播政治性內容，影片分類也沒有特別獨立出「涉台」的欄位，而是包含在新聞資訊。

他認為，儘管不主打兩岸關係，但涉台議題仍然是政治新聞的一部分。官媒依舊需要進行大內宣，告訴人民「台灣人都認同我們是強大的祖國」。但受訪者也強調，「對他們來說，這（涉台政治宣傳）不是那麼的重要，我自己覺得這更像是網上交差。」而不同媒體之間看似也有分工，「雖然有官媒會搬運中天的這些東西，但新華社、人民日報並沒有。」

這些內容為何集中在抖音？他直言抖音的受眾知識水平與收入相對低，「收入水平跟知識比較高都集中在小紅書嘛，這些人根本就不吃像賴岳謙那一套。」這位前員工認為，搬運這些影片的目的「大概就是穩住『台灣就是我們的一部分』的既有盤。」

但 AFCL 也發現，當這些台媒產出、中國官媒重製的內容再次流回 TikTok，可能就無法再用「交差」來解釋。

取自台灣的內容，加工後倒進華文世界

台灣國安局 4 月 8 日發布國安報告指出，2025 年起已掌握 3600 餘組異常帳號，主要集中在臉書與 TikTok，「台積電赴美投資」正是被鎖定的議題之一。國安局提到，中共運用官媒、自媒體、網軍集團及公關公司，搭配異常帳號帶風向、網駭偽冒發文及操作代理人帳號等手段對台灣進行認知作戰。

AFCL 也觀察到，我們所爬梳的 99 則抖音搬運影片，也出現在 TikTok 上。且時間順序幾乎是台灣政論播出後，官媒抖音於 1 至 2 日內重製為簡體短影片，TikTok 帳號再接力於同天或隔天再重製繁體版本。

TikTok 帳號「兩顆茶葉蛋」就是一個非常值得觀察的帳號。它 3 月 10 日發短影片：「台積電千億投資美國，周錫瑋：將任美國政府擺佈」，這與抖音帳號「台海網」3 月 9 日發布的「台積電千億投資美國 周錫瑋斥： 將任美國政府擺布，死路一條！」剪輯片段高度一致，來源為 3 月 8 日中天 ctitalk 網路論壇。兩者在影片上疊壓的字幕除了繁簡各異，內容更是幾乎相同。

3/8
中天《ctitalk網路論壇》直播
Source
台積電你有什麼保障
台積赴美加碼投資 台灣半導體產業恐遭掏空?

3/9
抖音 台海網
台积电千亿投资美国
周锡玮斥：
将任美国政府摆布，死路一条！
台积电你有什么保障

3/10
TikTok 兩顆茶葉蛋
台積電千億投資美國
周錫瑋：將任美國政府擺佈
台積電你有什麼保障

製表時間：2025/04/15
asia fact check lab

先前我們提到蔡正元 3 月 5 日現身中天《大新聞大爆卦》直播節目，事後共被官媒剪成四段影片，其中「海峽新幹線」所重置的「民進黨還在睡覺 這完全就是勒索」亦出現在「兩顆茶葉蛋」的帳號中，同樣除了繁簡差異，兩者均使用了同一段落與類似標題，AFCL 還注意到，兩者使用的特效字為同一款式。



謝寒冰 3 月 6 日在中天頭條開講發表的「丟人現眼論」，除了 3 月 7 日、8 日在抖音「台灣新聞眼」以及「海峽導報」出現，3 月 8 日亦有繁體重置版本出現在「兩顆茶葉蛋」的帳號中。



「兩顆茶葉蛋」搬運的影片與多個官媒重疊，另一帳號「大咖開麥拉」則高度重疊抖音帳號「台海時刻」。

值得關注的是，「大咖開麥拉」所搬運的影片，其標題與抖音「台海時刻」完全相同，僅改變字體並將簡體轉換為繁體，發布時間兩者皆在同一天。

我們發現，TikTok 上早已有台海時刻的官方帳號，且有被標註是「中國國家控管的媒體」，而大咖開麥拉正好是台海時刻 Youtube 頻道下的一個節目欄位，這令人高度懷疑「大咖開麥拉」應同樣是由台海時刻營運，儘管它尚未被標為官媒。



這些 TikTok 帳號屬於誰？

一位台灣民主實驗室資深分析師則分析了這些帳號的經營策略，「你可以看到不管是 TikTok 還是抖音，都可以看到這種「中字輩」（按，指來自中天或中視）的短影片，因為如果是一個中國人來講，包含是疑美論或者是批評台灣的社會，那個說服力不高，所以說他們很聰明的知道要讓台灣人說台灣不好，這是涉台言論很主流的傳播方式。」

這些 TikTok 帳號有可能是官媒包裝而成的嗎？分析師表示沒有證據下判斷，但他分析了兩種可能：

第一是這些帳號知道官媒的標籤可能不利傳播，因此用第三方帳號洗產地。另一種可能是這些帳號的政治傾向本身就偏紅或偏藍，當發現這些言論影片流量可以變現實，就會持續搬運。

台灣資訊環境研究中心 IORG 2024 年發表報告，分析該年 7 月至 11 月中共官媒在抖音平台上的宣傳活動，並追蹤超過兩萬個 TikTok 帳號，發現有 147 個帳號使用與中共官媒抖音影片相似的素材，並將其傳播給國際受眾。當中「兩顆茶葉蛋」就曾被疑似為中共官媒代理人帳號。

台灣資訊環境研究中心共同主持人游知澔認為，這些短影片的傳播路徑，並不全然是「台產、出口、內銷」單線傳播，更接近「台灣產製、中共認證、協同製成、分頭發布」的狀態。這些帳號也可能藉由傳播相同內容或其他協同行為，影響平台推薦機制也就是演算法的效果，進而提升這些帳號以及相關主題的觸及。

游知澔指出，「TikTok 代理人帳號的目標合理推論是任何使用 TikTok 的華語觀眾，包括台灣人及全球各地的華人社群，形塑華語觀眾的台、美、中印象，亦即針對華語觀眾強化對中國有利的『世界觀』，這也是這些帳號造成的傷害」。

8 入島、入戶，入 TikTok

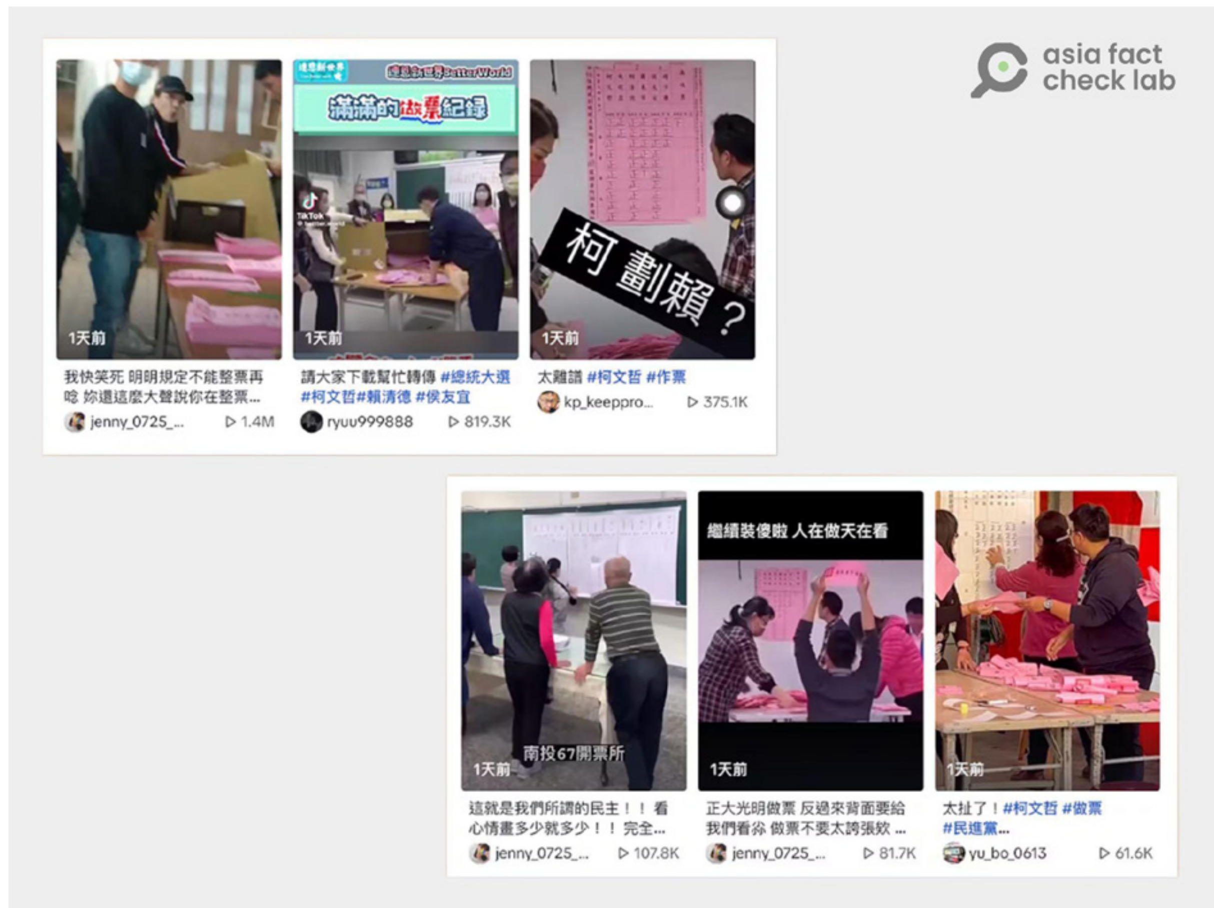
2024 年 1 月，台灣網紅「愛莉莎莎」等人在總統大選開票後，於社交平台發文指控中選會以不正當手段，為特定候選人增加得票數，中選會隨後提告「愛莉莎莎」等 21 人涉嫌加重誹謗。之後，台北地檢署認為罪嫌不足，處分不起訴。

亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）發現，指控「選舉不公」的不實訊息，常見於各民主國家。台灣數位素養實驗室共同創辦人陳慧敏在選後受訪時分析，選務事實查核議題中，有一大類屬於「選務瑕疵」，也就是選務人員發生疏失，「影片就停在這邊」，選務人員事後的更正或調整並未被放進影音或照片裡，讓選務疏失事件成為假消息的素材，甚至被誇大成作票。但事實上，這類疏失經常當下就已經修正。

這是發生在台灣內部、且為選後出現的爭議，但「作票陰謀論」其實在投票前就開始醞釀、傳播，而主要傳播平台就是 TikTok。

一個由台灣民主實驗室揭露的「協同操作行為」是兩名網紅在選前就各自在 TikTok 上發表短影音，暗指即將到來的總統、立委選舉將出現作票舞弊。值得注意的有兩點：第一，這兩名網紅過去的發文各自主打「美妝」和「時尚穿搭」，與政治毫無關係。

第二，比較兩名網紅的影片，拍攝的方式、角度、鏡位都極相似，甚至台詞都相差無幾。民主實驗室研究員受訪時解釋，從大量說出相同台詞的影片內容可以得知，這是個協同操作，且背後應有特定人士或組織統一供稿。



選舉結束隔日，TikTok 上出現大量質疑選務人員作票的短影音。圖截自 TikTok

在之前的報導中，AFCL 分析了「福建網絡」媒體集團如何在網際網路或手機等移動平台上搬運、放送針對台灣的政治宣傳，再加上 2024 大選前廣傳的「預告作票」影音，可以看出每三個台灣人就有一人使用的 TikTok，是這些不實信息和政治宣傳最終、也可能是最重要的集散地。

TikTok 為什麼吸引人？它與系出同門的「抖音」是否真能切割？眾多放送對台文宣，看似普通的 TikTok 帳號是否由中共官媒操縱？而任令 TikTok 擴張，對台灣長遠的影響是什麼？

抖音與 TikTok，真的能分開？

抖音隸屬於中國「字節跳動」集團，同一集團也是 TikTok 主要股東。字節跳動由中國企業家張一鳴創辦，初期他掌握絕大部分的控制權，但 2021 年，中國政府負責監管網路傳播及新聞業務的「網信辦」連同其它機構成立了「中國互聯網投資基金管理有限公司」（以下稱「中網投」），買下了字節跳動 1% 的股份，字節公司設有三名董事，但這家持股僅 1% 的公司，卻有任命一位董事的權力。
根據中國企業機構「企查查」的搜尋結果，中網投為北京字節跳動科技有限公司的第二大股

東，持股比例 1%。而根據中網投的官方介紹，該公司根據中共黨中央決策部署，經國務院批准設立，由網信辦和財政部共同發起，設立宗旨為推動「網路強國戰略」的重大措施。

asia fact check lab

股东信息 2　历史股东信息 5　发生变更时通知我　认缴金额▾　持股比例▾　导出数据　企查查

序号	股东及出资信息　查看最终受益人 >	持股比例	认缴出资额(万元)	认缴出资日期
1	字节跳动有限公司 大股东　股权结构 >	99.00% 持股详情 >	19800	2021-12-31
2	网投中文 网投中文（北京）科技有限公司　股权结构 >	1.00%	200	2021-12-31

公司简介

中国互联网投资基金（简称"中网投"）根据党中央决策部署，经国务院批准设立，由中央网信办和财政部共同发起。设立中国互联网投资基金是贯彻落实党中央、国务院决策部署，深入推进供給側结构性改革，创新投融资机制，推进实施网络强国战略的重大举措。

中国互联网投资基金规划总规模1000亿元人民币。中国互联网投资基金管理有限公司负责基金的市场化运营、专业化管理。

中网投坚持国家战略导向，沿循"补短板·锻长板·布前沿"的投资策略，主要采取股权直接投资方式，专注于互联网领域进行投资。中网投重点关注互联网基础关键技术与设施、网络安全、网络信息服务、云计算、大数据、人工智能、产业数字化等七大领域，筛选符合国家战略、前景良好的网信企业，助力数字经济发展。

公開信息顯示，字節跳動的第二大股東是中國官方設立的機構、擁有 1% 股份的「中網投」。圖截取自企查查搜尋結果、中網投官網

至於有「國際版抖音」之稱的 TikTok 又歸屬於誰呢？曾在字節工作的何平（化名）受訪時指出，表面上 TikTok 由新加坡人周受資掌握，但實權仍在中國的字節跳動公司手上。「（抖音）這龐大的機器屬於張一鳴，但如果你要再往後看，當然我覺得共產黨也是（主人）。因為中共在裡面雖然只佔 1% 的股份，但是它有一票否決權。」

2023 年 6 月，前字節跳動高管余英濤（Yintao Yu）在向美國法庭提交的文件中指出，中共在字節內設有一個委員會，能取得「超級用戶」認證，可以檢視字節內部搜集的所有數據，他也指控一些中國官員甚至能夠蒐集美國用戶在 TikTok 上的數據。

何況依照中國的政治體制，大型企業配合政府運作常被視為天經地義，特別是國家安全事項。例如《國家情報法》也規定任何公司或個人，都有配合國家情報工作的義務。

「TikTok 的很多資源、團隊也是在北京，所以說其實 TikTok 的高管團隊說穿了還是抖音，那中國要調資料的時候我我怎麼可能不給你？」何平對 AFCL 說，字節跳動所有的資料，包括 TikTok 的信息，中國政府若想任意調動都做得到。「在中國裡面，你說有什麼防火牆都是假的」。

為什麼 TikTok 吸引人？

為什麼 TikTok 風行全世界？

何平表示，這可以從張一鳴經營的前一項產品「今日頭條」入手觀察。「今日頭條」的演算法，是基於「資料探勘推薦引擎」向使用者推薦文章，初期創立時為了吸引流量，充斥未經審核的劣質內容，推送假新聞、黃色暴力等文章，當時甚至遭到網信辦約談，並責令整改。後來字節跳動創立抖音、TikTok，仍然複製了類似的演算法推薦，進而導致「亂七八糟的內容」都被推送。



AFCL 於 4 月 25 日下午 4:30 查看「今日頭條」，其國際新聞欄目充斥標題吸睛、但荒誕無稽的內容，其中一則稱特朗普將對中國鄰國徵收 3500% 關稅。圖截取自今日頭條網站

何平認為，抖音及 TikTok 的創立並不是為了產出有品質的內容，而是盡力推送用戶喜歡、會成癮的影音，事實證明這個策略很成功，因為大部分的用戶不在乎平台上影片的質量如何，只關注自己有興趣的主題。「一般的假消息什麼其實他們也不太管嘛，就是說對平台本身沒有什麼影響，還能帶來流量，你就放著嘛，反正又不是我發的，是人家自己發的。」

「我們在（字節）的時候，其實每天在活躍的用戶有將近有七億人。那七億人你不斷的去打磨，那你的算法（演算法）一定是越來越精準」，何平說。

台灣民主實驗室的兩位分析師向 AFCL 分析了 TikTok 和抖音運作的「基本原理」：一開始的設定會基於不同地區、年齡及性別的使用者，訂出「基本套餐」，例如男性會在帳號創建後收到較多遊戲實況、迷因等影音內容，女性用戶則較高機率滑到可愛動物、小短劇、舞蹈等影片。

民主實驗室的分析師說，比起傳統社媒上的 hashtag、關鍵字等流量演算法，抖音這類短影片平台更在乎的是，個別用戶在單一主題上停留的時間及互動率，進而強化後續推播內容。

但民主實驗室實測發現，政治信息會在這個過程中慢慢滲入，到第三天及一周期間，抖音及 TikTok 開始會漸漸推播政治內容，並算出用戶在這些影片上的停留程度，來決定之後演算法是否持續跟進。「TikTok 都很精準的辨識他們的喜好，所以他們不需要特別去尋找自己喜歡什麼」。

而再來的關鍵便是，當用戶的黏著度養成後，不具明確立場的政治宣傳內容便會開始推送，這些內容通常是在傳達中國社會不像傳言所說的一樣可怕，潛在的策略是透過鋪墊相關內容，讓台灣人民相信，即便兩岸統一之後，台灣老百姓的生活也不會有太大改變。

TikTok 可能發動什麼議題，甚至行動？

無論是「台積電移美」，或者「作票」的謠言，TikTok 平台扮演什麼樣的角色？

何平透露，抖音上關於中共的政治宣傳，大多由中共中央宣傳部直接下達命令，字節跳動公司有一個特定的窗口對接受命。

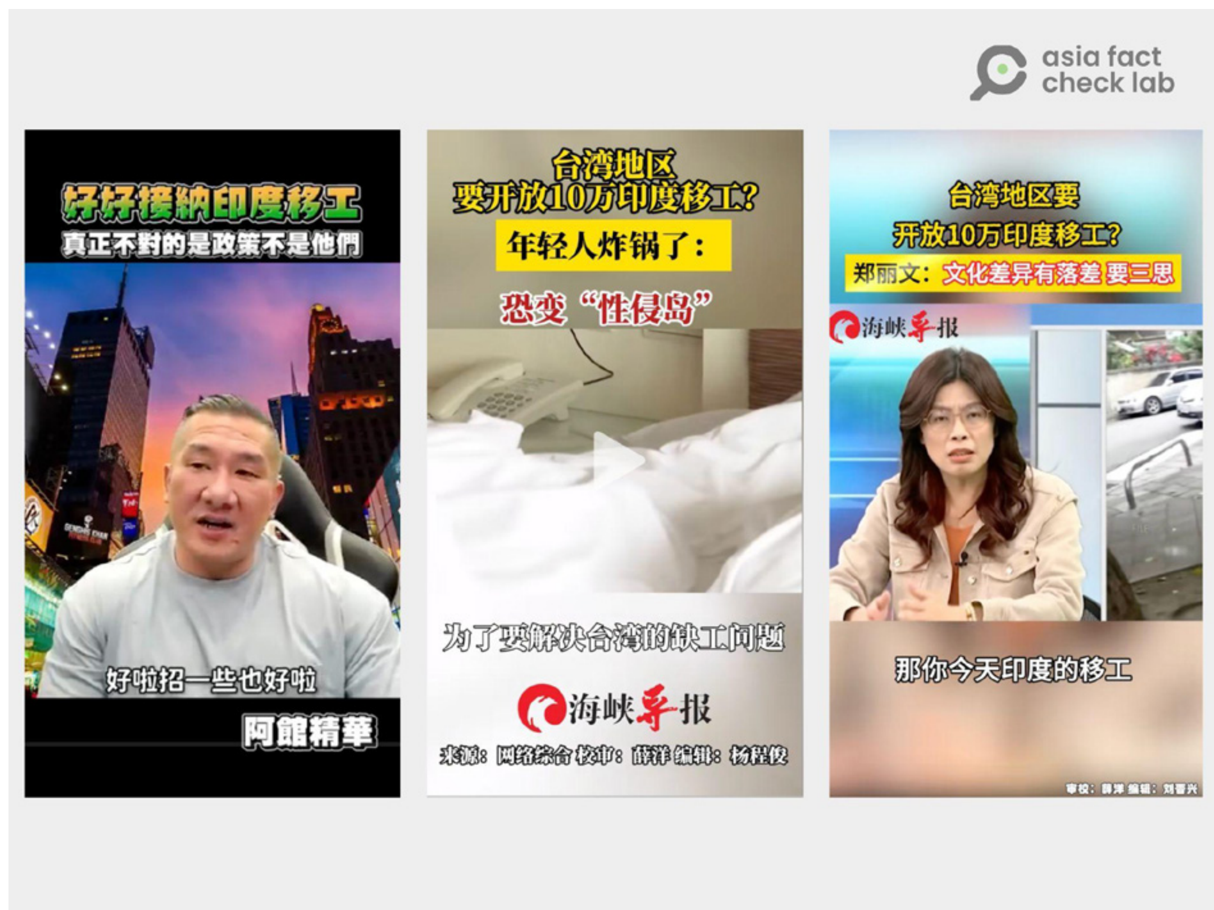
但何平也指出，做為一個商業平台，抖音經營看重的是流量，而相較影劇、娛樂、生活類信息，政治內容的流量是微不足道的。因此，何平認為除了特定內容如習近平的重要談話會被置頂外，抖音在政策上並不會主動加強推送政治內容。更常見的作法都是透過外部組織影響流量，例如經紀公司聘請大量網紅同時推播一則消息。

何平推測，TikTok 上對台的宣傳，發動者應該也是官方，或者官方委由民間公司操作。「我的理解是統戰部、中宣部或國台辦，肯定會花很多錢去推波助瀾，但是 TikTok、抖音本身

會不會去加強這些流量的算法，其實我還是我還是抱持懷疑的態度，因為這個我後來去看，大概率都是由作者去驅動。」

而具體的做法，「就是給錢嘛，如果說是統戰部去開（價）的話，他們一定是看哪些人在台灣有流量，然後就會說我們有單子，找可能接單的人。他們會個別分析某個網紅的後台數據，然後即使主要大眾是在台灣，相關數據也一定都拿得到。」

民主實驗室的判斷與何平相去不遠，研究員舉出了另一個例子：2024 年 11 月時，印度十萬移工來台的議題，也有中共操作的痕跡。當時上，有些原本討論經濟或投資議題的網紅，例如突然使用一模一樣的台詞來講討論印度移工政議題，顯見使用同套劇本。

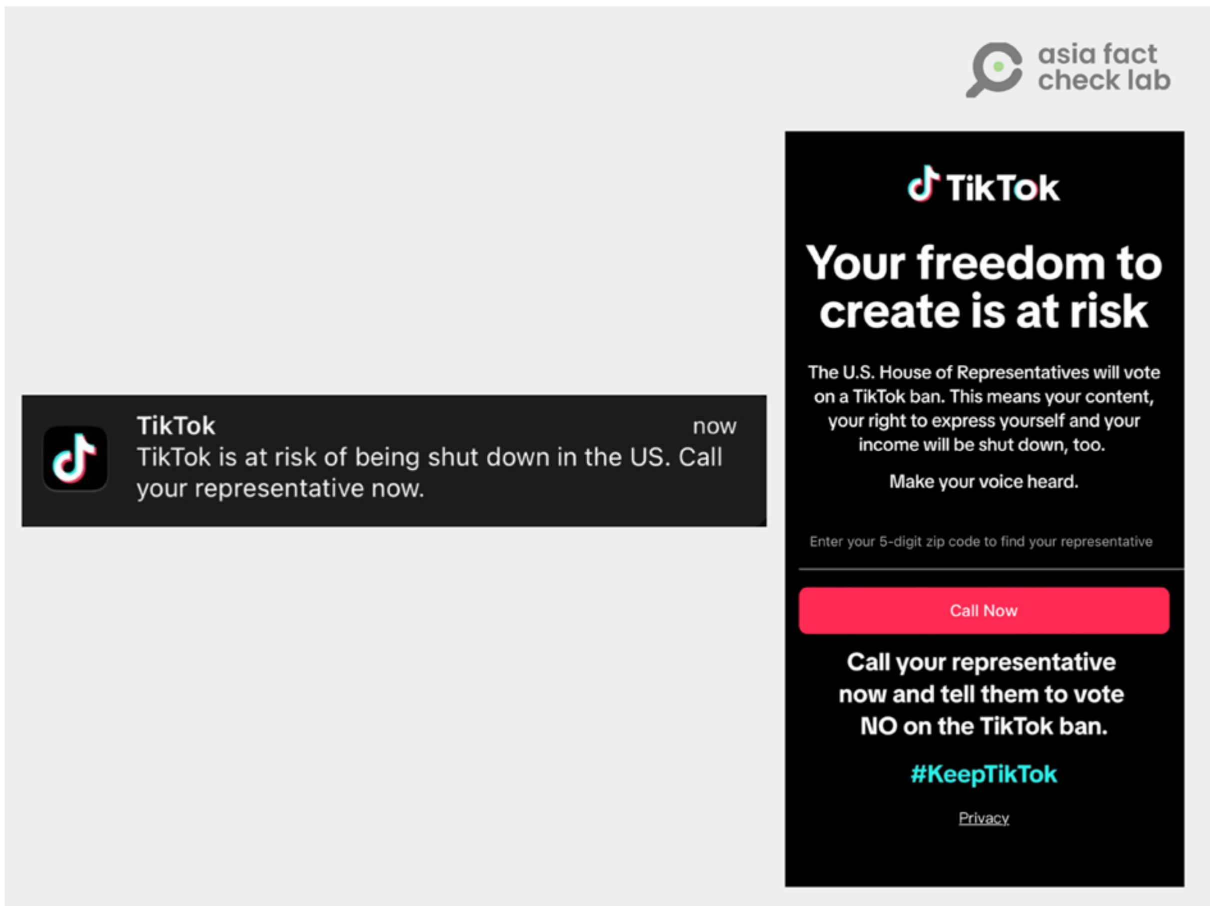


以關鍵字反搜，TikTok（左圖、非官媒）及抖音（中圖、右圖、官媒）上皆出現帳號操弄印度移工議題。圖截取自 TikTok 及抖音

民主實驗室研究員說：「他平常應該是不會接收到這樣的指令。通常都是事件來的時候才會給你指令，比如說像印度移工議題，然後請你做這個影片。」

「而他的獲利方式就是可能觀看次數多少，那我可能就發不同價給你，然後他的這個獲利可能是從下達指令的那個公關公司裡面來獲取的。」

至於「行動倡議」，TikTok2024 年 3 月曾經在美國發起一次「威力展示」。當時美國眾議院正在審查法案，要求中國字節跳動公司在 165 天內出售 TikTok，否則就會被禁。為了反制，TikTok 公司在 app 上發起行動，鼓動用戶「現在就發聲」。當時程式裡跳出對話框，用戶輸入郵遞區號就能取得該選區國會議員的電話號碼。TikTok 鼓勵用戶致電，讓議員「明白 TikTok 對你們的意義，要求他們投下反對票」。



TikTok 曾透過應用程序向行動裝置發送信息，鼓勵其用戶致電至國會議員辦公室施壓，反對被強制出售的法案。圖下載自美媒 Axios（左）、CBS News（右）

這項行動倡議，造成大量議員辦公室電話被癱瘓，共和黨籍中共問題特設委員會的主席蓋拉格（Mike Gallagher）痛批 TikTok 發動的是「大規模政治宣傳運動」。

類似的行動可不可能在台灣重演？何平表示，這就和 TikTok、抖音平台上一般的商業性促銷活動完相同，操作技術上不是問題。

TikTok 該不該額外管理？怎麼管？

台灣在 2022 年 12 月已禁止政府裝置上使用 TikTok，在此之後，曾有聲音討論要全面禁止 TikTok，但最後都礙於「言論自由」的爭議而不了了之。

民主實驗室分析師認為，直接封禁社交媒體很難取得多數台灣人支持，理由除了牽涉言論自由的辯論外，還包含不同立場的人看待 TikTok 的視角差異過大。

「我覺得現在主張要禁 TikTok 的人，其實跟 TikTok 使用者之間對於這件事情的想法是沒有在同一頁上，反對 TikTok 在台營運的人會認為，平台有很多政治或是負面的內容，但絕大多數的使用者都認為，它就只是一個娛樂平台。」

分析師認為，其中一個方法是「落地監管」，如同臉書在台一樣，若設有公司，便得依照台灣的法規監管。目前 TikTok 的 app 雖可在台使用，卻沒有設立辦公室。

此外，把 TikTok 的議題從政治面拉高到社會、文化的維度也是個好方法。民主實驗室分析師指出，TikTok 上經常會出現「擦邊影片」，也就是疑似兒少不宜、性暴力、疑似鼓吹非法行為的影片在平台上流竄，若能以這些為例，集結關注不同議題的公民團體，向台灣民眾解釋 TikTok 缺少監管的嚴重性，會比只著重在「國安」議題上來得更有效。

民主實驗室分析師和何平都認為，儘管 TikTok 有秘密限流的可能性，對抗大外宣的聲音仍不該忽視這個平台。比起被動防守如事實查核、立法禁止，台派、反共的機構人士更應該主動進攻，將自己的理念輸入到平台上。

「我的假設是那些（抵抗外宣的）帳號應該是不夠數量，比起就是親中的帳號來講。所以你在數量不夠的情況下，又被審查，那當然在平台上是很難看到台派的言論。」何平說。

若借鏡世界各國的處置方式，歐盟有《數位服務法案》，要求大型平台披露推薦系統的核心參數，並提供非個性化瀏覽的選項，也就是演算法不能依用戶喜好推播內容。荷蘭萊頓亞洲中心（Leiden Asia Centre）也建議在推薦系統中加入非個性化流量的選項，以防止信息繭房。

TikTok 統戰台灣的長遠影響是什麼？

當 TikTok 大量推送親中影片，會如何影響台灣？

台灣網路資訊研究中心曾釋出《2024 年台灣網路報告》，發佈台灣人使用抖音及 TikTok 的性別分佈、年齡分佈及其他相關數據。其中發現，18 至 29 歲的人口佔比最高，達 34.37%，第二高的使用率則分布在 30 到 39 歲之間，有 27.77%，兩者加起來超過使用人口的一半。就使用數據排名，TikTok（及抖音）只排在臉書及 Instagram 之後，為第三大社群平台。



表 四-34 台灣抖音/TikTok 使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別（χ2 (1) =16.77, $p < .001$）		
男	267	25.39%
女	199	18.11%
年齡（χ2 (5) =89.10, $p < .001$）		
18-29 歲	121	34.37%
30-39 歲	96	27.77%
40-49 歲	98	23.37%
50-59 歲	77	20.19%
60-69 歲	53	14.85%
70 歲以上	21	7.09%

台灣網路資訊研究中心指出，TikTok 及抖音為台灣第三流行的社媒軟件，使用者中超過五成為 18 至 39 歲之間的年輕人口。統計圖表截取自報告內容

大量年輕人使用 TikTok，何平認為 TikTok 產品的厲害之處，就是潛移默化使用者，使其「不排斥中國」。「你只要不排斥我，那其實我就贏了嘛，對吧？我沒有叫你說馬上你要認同中華人民共和國或一個中國，但只要你對我們的東西，你都覺得很有意思欸，那其實我就成功一半。」

何平表示，抖音、TikTok 已經具有一定影響力。列如台灣 KTV 的當紅歌曲幾乎都來自抖音，年輕人潛移默化的受影響卻不自知。「很矛盾的就是說，這些從小看 TikTok 長大，包括很多中南部、可能家裡甚至都是台獨的人，你如果去看他們唱的歌、看的劇，或者甚至聽他們現在的一些用詞，其實都‘很大陸’。」

美國羅格斯大學（Rutgers University）網路傳染研究所（NCRI）今年 1 月發佈報告，題為《TikTok 上的信息操控及其如何影響美國用戶對中國觀感》，研究發現，在 TikTok 上，反對中共的內容點贊及評論數是親中共內容的四倍，但親中共的影片數量卻是反對的三倍。NCRI 於 2024 年 8 月的報告則證明 TikTok 上反中的影片比例，遠遠低於 YouTube 及 Instagram 等其他一樣提供影音服務的平台。

台灣資訊環境研究中心 2025 年 1 月發佈的報告指出，台灣使用 TikTok 的人對中國好感度更高、認為親美更可能引發戰爭、以及更具台灣經濟失敗傾向。

「如果我推播的訊息是讓你對於民主不信任，讓你對於你的執政黨感到不信任，那相較的你就比較有可能去接受中國的的這個體制，因為你很討厭自己的執政黨，你可能覺得說他（共產黨）的管理方式可能還有更好的機會」，民主實驗室的研究員說。

「特別是他們很強烈的著重在讓年輕人或是一些民眾去認為台灣的未來是非常負面的，那既然已經那麼爛了，被統好像也不會爛到哪裡去。」

研究員強調，青年是中國用短影片進行統戰的一個重要對象，中國利用青年普遍對政治敏感度較低的狀況，善用台灣的國內議題來操作，就如同搬運台灣名嘴的言論，用台灣人來反對台灣政權，說服力較高，由此凸顯民主政治其實在台灣是失敗的，民主也不再為台灣帶來優勢，進而讓台灣的受眾認為統一「其實沒有太大的差別」。

「其實我們有訪問一些青少年，他們確實明確的提到，2024 年的選舉期間，會有很多體感上連他們都知道這是政治的內容出現。這些東西不外乎就是剪接一些台灣立法院裡面的一些衝突，然後透過斷章取義或聳動性的字眼來去貶低特定政黨。」

「也有一些是宣揚兩岸一家親，或是是透過剪接在中東的戰爭、俄烏戰爭的一些情景來強化一個意向：選錯人就有可能會發生這種情況。」

民主實驗室研究員強調，大部分的台灣青少年都同意中國政府獨裁、且對台灣懷有敵意，但當問到對中國民眾及中國社會時，他們會把中國社會和政府切的很開，認為中國民眾或者中國整體社會對於台灣而言，也只是普通的老百姓，彼此生活沒有差太多。

「對於統一這件事情的想法，絕大多數的受訪者其實是認為維持現狀不變是最好的選項。
但問到如果真的發生戰爭的話，他們會選擇就是不抵抗。」

多方的研究及訪談可得知，中國儼然已將抖音及 TikTok 作為對台統戰的重要工具。不需要立即、直接改變一個人的國族認同，只要能弱化台灣人對於中國威脅的敏感度以及抵抗意志，便能達到不戰而屈人之兵。

對照台灣人使用 TikTok 的態度，台灣做好準備了嗎？

9 管不管網路，那是個問題

「日本福島第一核電站日前發生工人接觸到核污染水後送院的事故，工人都還沒出院……情況非常嚴重。」

「F-16 戰機是落後武器，又爛又貴……台灣買一架 F-16 等於新加坡買一架先進的 F-35 戰機……民進黨政府是美國人的肥肉。」

這是亞洲事實查核實驗室（Asia Fact Check Lab, AFCL）分別在 2023 年 10 月和 2024 年 1 月發表的兩則查核報告。第一則是台灣政治評論員介文汲在中天政論節目「秀芳辣晚報」中宣稱，日本福島核電站工人接觸到核汙染水後送醫情況危急；第二則是台北縣（現今稱新北市）前縣長周錫瑋批評台灣從美國買 F-16 戰機是「冤大頭」，發表平台同樣是中天政論節目。兩者都被證實是錯誤信息，但仍被《海峽導報》搬運轉發，作為疑美、疑日的宣傳素材。

兩岸媒體互通網路內容，無法可管

正如「中共外宣在台灣」系列報導所揭露的，台灣部分電子媒體會直接引用、甚至照搬中國媒體節目，但這違反了廣播電視的相關法規，也可能影響執照換發。但隨著中天從有線頻道下架，轉往網路，台灣政府現行管制不及於網路，旺中媒體集團與「福建網絡」所屬機構也更為緊密。

這樣的趨勢引發了一個問題：在台灣現行的法律體制下，有線、無線電視台的營運和內容受到「國家通訊傳播委員會」（National Communications Commission, NCC）的監管，然而一旦電視台失去了執照無法上架頻道，轉戰 YouTube 或其它網路平台後，反而言論尺度大開，經營上更可以放手與中國外宣機構合作。

例如，「中共外宣在台灣」專題所揭露旺中集團與陝西省的西安、寶雞兩個市政府的業務合作案，如果這是西安、寶雞市政府花錢買的專題報道，依台灣法令，當時在無線頻道中視、有線新聞台中天播出，都可能有觸法問題；但如果今天由中天網路頻道播出，就完全無法可管。

又例如，AFCL 曾經發掘「中天二台」有不少影片直接剪輯自福建「海峽衛視」製播的網路限定節目《寶島，報到！》，僅僅更換合成背景、重新壓上字幕並微調畫面布局。更值得注意的是這些片段都以正體中文呈現，明確是針對台灣受眾製播。進一步調查後發現，《寶島，報到！》疑似是由「福建廣播影視集團」與中天共同製作。這也同樣無法可管。

兩岸媒體「合作」爭議

當台灣媒體機構爭相發展與中國的政商關係，以此換取利益時，中共的外宣之手就不會只伸進中天電視的政論節目。

2020 年 5 月，台灣媒體報導，中國官媒「海峽衛視」未獲准到台灣駐點採訪，卻聘用台灣人擔任駐台記者，其節目《今日海峽》還在台租用攝影棚連線。

同年 7 月又爆出，「東南衛視」在台灣設置「台北演播室」（攝影棚），其駐台記者參與錄製政論節目《海峽新幹線》。當時陸委會、文化部、移民署討論後，認定「東南衛視」2 名駐點記者艾珂竹和盧薔從事與採訪目的不符的活動，廢止記者證和入境許可，並限期離境。

連續爆發兩起中國媒體在台錄製節目的爭議事件後，時任陸委會副主委兼發言人邱垂正曾說，「目前還在持續研議有關大陸媒體與台灣相關人士、傳播公司及電視公司的合作行為是否合法。」

2024 年 6 月，《自由時報》報導，中國《新華社》駐台記者高度參與台灣某電視台所製播的政論節目，甚至直接在攝影棚「盯梢」以確認節目有達到國台辦要求。報導引起廣大關注，被指涉的電視台與主持人喊冤，台灣的 NCC、國安局、陸委會等相關單位各說各話，中國國台辦則批「徹頭徹尾的假新聞」。爭議延燒兩周後，陸委會完成行政調查，但「鑒於行政調查之侷限性」，將提供資訊由檢調續處。

另一方面，「東南衛視」記者遭廢證離境後，台北演播室就此停擺嗎？ AFCL 在持續追蹤「福建網媒」在網路平台的運作時發現，「東南衛視」旗下節目《海峽新幹線》與「海峽衛視」的《今日海峽》仍保留與台灣名嘴連線的環節。

《今日海峽》過去採取中國籍主持人先引言，台灣名嘴後評論的模式，雙方同時在台北演播室中錄製節目，因此駐台記者被判定行為不符採訪目的。

但《海峽新幹線》與《今日海峽》並未放棄在節目中以台灣評論員發表質疑台灣執政黨的言論。

2025 年 3 月 4 日台積電宣布赴美投資一千億美元，同一天，謝寒冰以台灣時事評論員的頭銜登上《今日海峽》每晚 9 時的首播，與主持人在虛擬攝影棚中談話，高談台積電將變「美積電」是擺在眼前的事實。隔日台灣新黨副主席李勝峰接力，同樣在晚間 9 時的時段再批台積電赴美是美國棄台的先行策略。

兩人使用相同背板，光影、人物畫面佈局與尺寸皆為固定，可見有一套固定的錄製方式，而非個別與來賓在不同地點進行連線。但這背後是否有台灣媒體集團協助運作，又是否有台灣代理人協助中國官媒連線台灣？



福建媒體仍然持續與與台灣評論員連線，評論時政。翻攝自網路

《數位中介服務法》難產

台灣現行法律《台灣地區與大陸地區人民關係條例》（之後簡稱「兩岸條例」）第 33-1 條規定，在台灣的個人或法人機構，不能和中國的個人或法人機構有「涉及政治性內容之合作行為」。因此，在「中共外宣在台灣」系列報導所舉的例子中，台灣媒體與中國合製節目，或收受如《海峽導報》所釋放的統戰利益，是否違反了兩岸條例第 33-1 條的規定？

AFCL 向陸委會主委邱垂正提出了這個問題。邱垂正回答，這類案件的重點在於相關的媒體合作行為，有沒有事先向台灣政府申請，並且獲得政府同意。邱垂正強調，中國的媒體，不管「海峽衛視」、「東南衛視」等，都是官媒，因此台灣媒體如果要和中國大陸的官媒合作，必須經由政府許可，如果不經過許可就直接合作，的確違反了兩岸條例第 33-1 條的規定。

台灣大學新聞研究所教授洪貞玲曾擔任 NCC 委員，她指出，兩岸媒體合製涉及政治內容的節目，應該符合兩岸條例第 33-1 條規範對象，但如何解釋雙方「合作行為」是個問題，例如

中國涉入的程度，又是否掌握資金往來等證據，以及是否向主管機關報備。再接下來的問題是，「法律效果是什麼」？
「罰則很低。」洪貞玲表示，即使有人檢舉了某個兩岸合製涉及政治內容的節目，也符合構成要件，「罰他個幾萬，會怎麼樣？他可能還是會繼續做，因為從中獲得的利益絕對不止。」

「當法律效果沒有辦法達到嚇阻作用時，某種程度其實讓人民有很多鋌而走險的誘因。」洪貞玲說。

另一個問題在於，網路平台上流傳的內容，台灣政府目前沒有任何專法能夠監管。NCC 曾在 2022 年 6 月推出《數字中介服務法草案》，希望建立網絡中介服務提供者的問責機制，促使平台負起「守門人」的監督責任。但草案提出後，即引發鉗制言論自由的爭議，在時任行政院長蘇貞昌的要求下，NCC 決議將草案退回內部工作小組。

邱垂正受訪時對於《數位中介服務法》推動失敗而扼腕，「我們很期待這個法律，當然是為了面對中國大陸可能攻我們的網路平台，因為這是我們最脆弱的。我們始終沒有主管機關，每次都在協調誰是主管機關，傷透腦筋。我們是個法治國家，任何行為都有相對應的法律工具，而且要明文。」

但邱垂正也指出，在前一份草案中規定了十多項業務主管機關，例如在網路平台上的公衛、食藥內容由衛福部主管；詐騙、販毒由警務部門主管……等等。但獨獨沒有關於國家安全事務的主管機關。意即，即使前一份草案通過，網上流傳的，可能涉及妨害國家安全的內容，陸委會或其它國安機關一樣會面臨無權可管的窘境。

誰是「主管機關」？

2025 年 4 月，AFCL 針對個案再度詢問陸委會，包括「中天亞洲台」疑似與「福建廣播影視集團」合製節目，以及《哏傳媒》部分節目內容是否涉及違反兩岸條例第 33-1、34 條規定。

陸委會的回應是，如有具體違法事證，主管機關會依法處理，但陸委會並非兩岸條例第 33-1 規定條文所稱之主管機關，目前亦未接獲相關檢舉。至於主管機關究竟是哪個單位，要視個案的合作模式實際狀況進行綜合判斷，評估可能涉及的機關（如文化部、通傳會、數位發展部等）權責，認定主政的主管機關。

而對於國內部分人士透過預錄連線方式登上中國官媒節目發表談話，這樣的行為是否違反兩岸條例以及相關法律規定？陸委會同樣表示，要視個案具體情形及相關事證，瞭解國人與中國媒體的合作模式，以及有無受到中共指示、指揮、資助從事相關行為等情況後，再進行綜合判斷。

陸委會呼籲「少數國人不應配合中共對台進行統戰宣傳或附和中共對台的政治立場，發表傷害國家尊嚴、不符事實的言論。」

AFCL 亦詢問 NCC，截至出刊前，尚未獲得回覆。
洪貞玲表示，「如果國家不能夠介入網路的管理，對這些業者施加約束，那你就是放任『更大的力量』來決定台灣的網路環境。」她並強調《數位中介服務法》必須繼續推動，否則台灣對跨國平台的管理將束手無策，遑論這些「跨國平台」還包括了與中國政府關係密切的 TikTok 或小紅書。

洪貞玲認為，過去這麼多年新聞業界、傳播學界研究、對抗假訊息所累積的成果早已說明網路上的一些不實信息絕對不是在自由的環境裡面產生出來，而是由包括中國操控的內容農場，用假帳號、協同行為等各種方式產生，再透過台灣的在地協力者散播……這樣的一套自由路徑已經發展了非常多年，「如果政府不處理這些，我覺得某種程度你就是在摧毀台灣的自由跟民主」。

然而每當談及《數位中介服務法》或類似法律的推動、立法時，往往引來關於「言論自由」的爭論。洪貞玲認為，言論自由當然意味著相當高的憲法價值，但當言論自由要被限縮時，一定因為要保護另一個價值，「國家安全當然是一個非常重要的價值，而且可能比很多個人性的價值更高。」

《反滲透法》是否需要修訂？

另一部於「中共外宣在台灣」系列中一再出現的法律，就是《反滲透法》。

根據台灣最高檢察署 2023 年 12 月底發布的新聞稿，自 2020 年 1 月施行《反滲透法》近 4 年來，已有 85 案、被告 155 人。近一年多來的知名案件，包括 2023 年底發生的指傳媒案、里長案、馬治薇案、立委助選案、統促黨案，其中「立委助選案」成為首起依《反滲透法》判處有罪的案件。

《反滲透法》知名案例

	案情簡介	法院判決
里長案	2024台灣總統大選期間，檢調偵辦多起招待赴中旅遊「介選」案件。其中，彰化和美蔡姓里長涉招攬多名里長及親屬共18人，於選前赴中旅遊接受招待，並允諾支持特定候選人。	地方法院認為罪證不足，判無罪。
馬治薇案	前民眾黨員馬治薇2023年以無黨籍身分參選桃園市立委，期間被檢調查獲涉收受中國人士資助參選，並提供國安單位名片與中央各機關國會聯絡名冊等資料。	依《個人資料保護法》之非法蒐集利用個人資料罪，處有期徒刑8月，犯罪所得均依法沒收或追徵。 《反滲透法》部分，無積極證據可認此案的中國人士為滲透來源。
立委助選案（有罪案例）	中共廣西台辦2023年起與海峽兩岸少數民族交流協會理事長李尚典、郭佩金夫婦聯繫，約定招募團員赴中接受落地招待，並為立委鄭天財助選。	違反《反滲透法》，李尚典、郭佩金坦承犯行，依規定減刑，各判有期徒刑5月、4月。
統促黨案（有罪案例）	統一聯盟黨屏東分會會長張存逢、分會總幹事黃榮德於總統及立委大選前，自2023年9月底起陸續邀集具有投票權的人士赴中國接受落地招待資助。	張存逢、黃榮德均犯《反滲透法》，各判有期徒刑4年6月。
假民調案	網媒林姓記者涉受中國官員指示及收受中方資金，委由蘇姓男子製作總統大選假民調，於2023年底發布在網站。	林男犯《總統副總統選舉罷免法》處6月徒刑、得易科罰金，褫奪公權2年，《公司法》判3個月，合併應執行8月徒刑、得易科罰金；蘇男犯選罷法4月徒刑、得易科罰金，褫奪公權1年。 《反滲透法》部分不成立。

資料來源：陸委會提供、台灣《中央社》報道

asia fact check lab

在 AFCL 關注的兩起案件中，「指傳媒假民調案」一審法官在判決中不認《海峽導報》社委林靖東等人是滲透來源，檢方對此提出了上訴，二審改認定涉《反滲透法》；「張孟崇案」檢察官同樣以違反《反滲透法》起訴，本案在 2025 年 5 月初召開預備庭，預計到判決確定還有一段時間。

根據陸委會對《反滲透法》的說明，行為人必須有受境外敵對勢力指示、委託、資助的「滲透行為」，加上從事具體的 5 種「不法行為」，即違法捐贈政治獻金、助選、遊說、破壞集會遊行及社會秩序、傳播假信息干擾選舉，才會成為處罰對象。

但部分法律專家認為，現行《反滲透法》規範的強度並不足夠。
曾任行政院政務委員的律師羅秉成認為，《反滲透法》有類型侷限，但所謂政治影響、政治干預可能不只五類。

「來自境外敵對勢力滲透的嚴重性，跟《反滲透法》能夠產生的效果之間，應該是不成比例的。我們的感受很強烈，他（中國）幾乎是鋪天蓋地，無所不在地影響，如果要期待《反滲透法》對各式各樣的滲透行為都要產生抑制的效果，那是過度期待。」

台灣永社理事長、南台科技大學財經法律研究所特聘教授兼所長羅承宗則將現在的《反滲透法》稱為 1.0 版本，有的只是象徵意義。他直言，《反滲透法》需要認真大修，需要 2.0 版本。

羅承宗認為，《反滲透法》的一大問題是僅有「天花板」而無「地板」的設計，如果修法就要設置地板，例如至少 2 年有期徒刑。另一方面，「他」不會在選舉時才滲透，應該要盤點「滲透來源」與當今的「滲透手法」。

對於《反滲透法》的效力，羅承宗顯得悲觀，「不只是沒有達到威懾的效力，反而還有宣告的效力，就是說反正我們是紙老虎一隻，你就儘量來吧。」

2019 年，台灣基進黨與民進黨部分立委提出《境外勢力影響透明法》草案，旨在規範境外勢力及其代理人在台灣境內的行為，揭露其活動與提高透明度。但草案送進立法院後，至今未完成立法工作，台灣基進黨質疑法案遭親中政黨刻意冷凍，並批評立法怠惰。

AFCL 的受訪者中，包括羅秉成、羅承宗等都提到《代理人法》，雖然他們對於在台灣總統賴清德上任後，台灣立法院「朝小野大」的情況下闖關並不樂觀，但都同意這項法案是個「值得認真思考」的工具。羅秉成認為，《代理人法》制度才能讓拿錢的人心理有負擔，「政府部門在看，他可能就會收斂」，但當年討論時機還不成熟，也擔憂會不會只要登記就合法、免責？

一般民眾怎麼想？

2024 年 12 月，台大新聞所等單位發表了「假信息認知調查」年度研究成果，對於「哪些人或單位有責任減少假消息流傳」，61.66% 受訪者認為是傳播媒體，其次是政府官員（61.15%）。而對於「是否應立法要求社群媒體建立假消息自律機制」，43.10% 認為非常應該，48.23% 的人認為應該。

至於「政府是否應限制假消息，即使損害人民的言論自由」，高達 72.92% 的受訪者回答「即使損害人民的言論自由，政府也應該限制假消息在網路傳播」，僅 27.08% 回答「即使在網路散播假消息，人民在網路上的言論自由也應該獲得保障」，兩者比率相當懸殊。

這份研究成果指出，在民主自由的台灣社會，受訪者有如此高的比例表達應該對假消息予以嚴格的管控，也印證民眾對於假消息氾濫與網路詐騙橫行的憂慮，期待通過立法管制以降低假消息對台灣社會造成的負面影響。洪貞玲表示，從這項調查結果可以看出民眾對於政府與媒體的期待，建議政府應該思考可能的管制工具，不能因為《數位中介法》喊停，就停止相關討論。

研究還有一個有趣的發現：更多台灣民眾認知到境外勢力正在製造假訊息。對於「哪種個人或團體為虛假信息的製造者」，受訪者普遍認為政治人物、媒體工作者、境外勢力都經常在

製造虛假信息；其中，和 2023 年的調查相比之下，認為境外勢力每天在製造假訊息的占比從 17.85% 提升至 26.59%，幅度最高。

如果一般民眾和專業的傳播工作者、學者都認為「境外勢力」是假訊息的主要來源，那進一步的問題在於，這些不實訊息的危害為何？

研究中國影響力的台灣政治大學副教授黃兆年告訴 AFCL，中國擅於用軟實力包裝其背後的統戰利益。看起來是文化宣傳，背後卻牽涉系統性的收買及誘因。

他分析，即使從一些案例中看到中國收買的是看似影響力較小的媒體，一來固然是為向上級交代業績。但更重要的是即使這些媒體並未如期達到對台統戰效果，「做了這個基礎工程之後，在必要的時刻，至少有人是他叫得動的」。他舉例，台灣網媒記者林獻元就是一個很好的例子，即使《指傳媒》本身影響力不大，但在台灣總統大選這樣的關鍵時刻依舊起到作用，成功製作假民調並引起輿論關注。

中國傳媒研究計畫（China Media Project）執行董事班志遠（David Bandurski）告訴 AFCL，想有效對抗中國外宣及假訊息的滲透，台灣必須先處理本身媒體的問題，也就是創造一個「免疫系統」（immune system）。透過揭露強化媒體韌性、建立社會對外宣及假訊息的認知，以及增強大眾的媒體識讀，才是最終對抗媒體統戰的解方。

邱垂正也有類似看法，他認為，民主社會尊重包容不同意見，盡最大努力保障言論自由，而媒體在民主社會是很重要的社會公器；但在中國不一樣，所有媒體都姓黨，是一個維護政權的武器。

邱垂正指出，應小心使用「統戰」、「滲透」等詞，因為「部分涉及統戰的行為未必違法」，其目的在於改變一個人的認同和價值觀，還屬於言論思想範疇內，新聞自由也在其中，而這是需要容忍的。然而「滲透」是違法、惡意的破壞的行為，中國透過強大的認知作戰一直對台輸入不實信息，民主台灣應該要有基本的防衛力量。





亞洲事實
查核實驗室

Asia Fact Check Lab, RFA